

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций  
Факультет журналистики

*На правах рукописи*

**Долгова Любовь Владимировна**

**Тематическое и жанровое разнообразие современной  
travel-журналистики**

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
по направлению «Журналистика»  
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –  
кандидат филологических наук,  
доцент Е. П. Почкай  
Кафедра телерадиожурналистики  
Очная форма обучения

Вх. № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_  
Секретарь ГАК \_\_\_\_\_

Санкт-Петербург  
2017

## Содержание

|   |    |
|---|----|
| Введение.....   | 3  |
| Глава I. Жанры, формы, форматы трэвел-журналистики: история и современное состояние.....  | 5  |
| 1.1 Развитие жанровой системы телевизионной трэвел-журналистики в контексте истории ..... | 5  |
| 1.2 Жанровые модификации современной телевизионной трэвел-журналистики.....               | 14 |
| 1.3 Влияние игровых форматов на телевизионную трэвел-журналистику .....                   | 25 |
| Глава II. Тематические направления телевизионной трэвел-журналистики.....                 | 35 |
| 2.1 Тематический диапазон трэвел-программ этнографической направленности .....            | 35 |
| 2.2 Популярные тематики телевизионной трэвел-журналистики.....                            | 42 |
| 2.3 Оригинальные подходы к тематике в трэвел-программах .....                             | 55 |
| Заключение .....  | 63 |
| Список использованных источников и литературы.....  | 65 |

## Введение

Популярность трэвел-журналистики в современном обществе растет год от года. Это связано с тем, что за последние полвека выросло количество путешествий, совершаемых людьми. Трэвел-журналистика предоставляет массовому потребителю информацию о путешествиях, затрагивает темы истории других стран, географии, культуры, искусства, туризма, этики, философии. Именно трэвел-журналистика формирует у аудитории определенный образ различных стран и культур. Наибольшей популярностью пользуются у аудитории телевизионные трэвел-передачи, которые стали необходимым элементом современного эфирного контента большинства телеканалов за счет зрелищности и высокого познавательного потенциала. С помощью телевизионного экрана *«зритель взглядом путешествует по необозримости и многократно пересекает всяческие границы»*<sup>1</sup>. На телеканалах постоянно идут поиски новых подходов к освещению темы путешествий, разнообразятся жанровые характеристики материалов, расширяется тематический диапазон передач. **Актуальность** нашего исследования мы видим в необходимости изучения характера этих изменений, которые, несомненно, влияют на результат журналистской деятельности.

**Цель исследования** - выявить основные тенденции развития современной трэвел-журналистики в жанрово-тематическом аспекте.

Для достижения данной цели поставлены следующие **задачи**:

- на основании анализа исторического материала определить этапы развития жанровой системы экранной трэвел-журналистики;
- охарактеризовать современную жанровую систему передач о путешествиях на примере конкретных телепередач;
- на основании анализа современных трэвел-передач выявить новые подходы к тематике путешествий.

---

<sup>1</sup> Михалкович В. И. О сущности телевидения. М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 1998. С. 19.

**Предмет** исследования – жанровые и тематические характеристики трэвел-передач.

**Объект** исследования - программы о путешествиях современного телевидения. В нашей работе мы будем рассматривать преимущественно телевизионную трэвел-журналистику, так как именно телевидение остается самым популярным способом получения информации у массовой аудитории.

**Эмпирическим материалом** стали передачи телеканалов «Моя планета», «Пятница!», «Телепутешествия», а также трэвел-передачи Первого канала, НТВ, СТС, ТВЦ, Русский Экстрим и др.

**Теоретической и методологической базой** послужили работы теоретиков и историков кино и телевидения Н. М. Зоркой, С. Н. Ильченко, И. Н. Кемарской, Г. В. Кузнецова, С. А. Муратова, А. А. Новиковой, К. А. Шерговой и др., а также исследования, непосредственно посвященные анализу современной трэвел-журналистики, как экранной так и печатной: И. В. Показаньевой, В. Ф. Познина, Е. П. Почкай, Т. Г. Редькиной.

В работе применялись эмпирические и теоретические **методы исследования**: метод описания, сопоставительный анализ, интерпретация информации, используются также исторический и типологический подходы.

**Новизну и практическую значимость** исследования мы видим в попытке представить наиболее расширенную классификацию жанрово-тематических характеристик современных трэвел-передач, которая может быть интересна как теоретикам, так и практикам трэвел-журналистики.

**Структура работы.** Исследование состоит из двух Глав, Введения, Заключения и списка литературы. Первая глава посвящена анализу жанровых характеристик экранной трэвел-журналистики. Во второй главе рассматриваются ее тематические направления.

## Глава I. Жанры, формы, форматы трэвел-журналистики: история и современное состояние

### 1.1 Развитие жанровой системы телевизионной трэвел-журналистики в контексте истории

В настоящее время трэвел-журналистика представляет собой развернутую систему жанров, форм и форматов. Изначально географические передачи были связаны с документальными научными фильмами, путевыми очерками и образовательными фильмами-лекциями. Возникнув однажды из жанра печатных путевых очерков, эта отрасль телепродукции продолжила быстро развиваться и подстраиваться под меняющиеся процессы в обществе.

Еще в XIV-XV вв. закладывались признаки и принципы трэвел-журналистики. Как отмечает исследователь А. А. Бобров, ее классические образцы дали итальянский купец Марко Поло в «Книге о разнообразии мира» и русский купец Афанасий Никитин в книге «Хождение за три моря», *«соединив прагматическое и лирическое, познавательное и увлекательное»*<sup>2</sup>. Но традиционно зарождение трэвел-журналистики связывают с таким литературным жанром, как путевой очерк. К нему обращались такие авторы, как Марк Твен («Простаки за границей, или путь новых паломников»), Александр Дюма в очерках о поездках, в том числе и по Российской империи. В России с течением времени задачи у путевого очерка менялись: если Н. М. Карамзин в «Письмах русского путешественника» знакомил читателей с жизнью за границей, то такие писатели, как А. Н. Радищев, Ф. М. Достоевский, А. П. Чехов с помощью очерка рассуждали на тему будущего самой России. Автор в любой момент мог остановить описание самого путешествия и ввести в повествование лирическое отступление. Жанр путевого очерка плавно перешел из художественной литературы в печатную прессу, а позже уже и на радио и телеэкран.

---

<sup>2</sup> Бобров А. А. Журналистика путешествий: реальность и тенденции // Научные труды московского гуманитарного университета, 2016. №3. С.53.

С появлением кинематографа появились предпосылки возникновения экранной трэвел-журналистики, которая изначально предстала в виде этнографических видовых фильмов, зарисовочного характера. Исследователь Е. В. Александров отмечает, что считается, что первая этнографическая съемка была произведена в 1898 г. антропологом **А. Хэддоном** – это были четыре одноминутных съемки, запечатлевшие танец ловцов трепангов «Толчок ноги» на острове Мурраи<sup>3</sup>.

Основоположником жанра кинопутешествий считается американский путешественник, фотограф и журналист **Бертон Холмс**. Автор документальных лент о дальних странах посетил Корею и показал королю Кочжону и его придворным несколько коротких лент, снятых во время странствий по миру. Доподлинно неизвестно, в 1898 или 1899 году американский путешественник прибыл в Корею, так, востоковед А. Н. Ланьков пишет: *« историкам удалось найти на страницах старой газеты рекламу, относящуюся к более ранней дате – к 1898 году. В этой рекламе упоминаются некие “живые картины”, которые, дескать, будут демонстрироваться для желающих. Что это значит – не совсем понятно, но возможно, что речь идёт о первой попытке провести в Корее киносеанс»<sup>4</sup>*. Исследователь М. Меклина описывает кинопоказ Бертона Холмса в штате Аризона: *«В 1899 году в Аризоне Бартон Холмс показал местным Навахо фильм, снятый полгода назад в их же селенье – белая девушка на белом пони удирает от оголтелых индейцев. Во время просмотра Навахо испускали дикие звуки, прогоняя "духов", скачущих по полотну; после же – качали головами и перьями, и, не обращая никакого внимания на луч проектора, подходили к экрану и с удивлением цокали»<sup>5</sup>*.

<sup>3</sup> Александров Е. В. Предыстория визуальной антропологии: первая половина XX в. // Этнографическое обозрение, 2014. №4. С. 127.

<sup>4</sup> Ланьков А. Зарождение корейского кино // [электронный ресурс], URL: <http://lankov.oriental.ru/310.shtml>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>5</sup> Меклина М. История телевидения // Новая русская книга, №3-4, СПб, 2001, [электронный ресурс], URL: <http://www.guelman.ru/slava/nrk/nrk9/02.html>. Дата обращения: 10.05.2017.

Именно Бертон Холмс ввёл такое понятие, как «travelogue» – выступление с рассказом о путешествии и демонстрацией фотографий и коротких фильмов. В статье про трэвелог автора Г. В. Шпака приводится письмо Бертон Холмса от 16 января 1935 года: «*Мы начали использовать этот термин в рекламной компании*». Бертон Холмс в письме также говорит о том, что это слово широко распространилось, несмотря на попытки отказаться от него «*в пользу "отчета о путешествии" (travel-revue), "путешествий на экране" (screen-journey) и прочих нововведений*»<sup>6</sup>. На пленке Бертон Холмс зафиксировал такие города, как Париж, Москва, Нью-Йорк, Пекин, Дели. Он объездил полмира, выступая с лекциями, иллюстрированными собственными фильмами. Трэвелогии Бертон Холмса фактически стали прототипом современных студийных трэвел-передач.

В 1907 году появляются документальные фильмы о России известной французской компании «Пате»: «*С началом XX века начинается и французский захват России. Москву Пате сделали поистине филиалом венсенской метрополии не только в торговле аппаратурой, но и в производстве кинолент и, разумеется, в насыщении продукцией*» – пишет киновед Н. М. Зоркая<sup>7</sup>. Изначально экранные путешествия носили характер видовых фильмов: так, в ленте «Донские казаки» была запечатлена лагерная жизнь казачьего полка: конное учение, рубка лозы, джигитовка. Следующий цикл «Живописная Россия», выпущенный в 1908 году, можно также считать примером видовых картин. Серия работ состояла из 21 фильма, в нее входили географические и этнографические картины о России: Путешествие по России», «Живописный Киев», «Поездка по Волге», «Рыбная ловля в Астрахани», «Производство керосина в Баку» и прочие киноленты. Как отмечает Н. М. Зоркая, в таких картинах преобладал интерес к сюжетам игрового свойства, аттракционн-трюковому эффекту, нередко с участием

<sup>6</sup> Шпак Г. В. Трэвелог: поиск универсальной дефиниции. Четыре стратегии репрезентации пространства // Преподаватель XXI век, 2016. №3. С. 262.

<sup>7</sup> Зоркая Н. М. История советского кино. СПб.: Алетейя, 2005. С. 16.

актеров развлекающих публику. Чтобы привлечь аудиторию, цикл фильмов рекламировали: *«Ведь до сих пор русская публика, сидя в русских театрах, платя русские деньги, не видела сюжетов из русской жизни»*<sup>8</sup>.

Прорыв в трэвел-документалистике совершил американец **Роберт Флаэрти**, который ввел показ страны через героя. Его фильмы представляли собой позитивный собирательный образ, как главного героя, так и его страны. В 1922 г. вышел его фильм «Нанук с Севера», который, как отмечает, Е. В. Александров, обладал удивительным воздействием на аудиторию и завоевал их любовь. Автор приводит слова самого Р. Флаэрти о своей киноленте: *«В большинстве фильмов-путешествий видно, что автор смотрит свысока, он всегда Большой Человек из Нью-Йорка или Лондона. Но я на самом деле был в полной зависимости от этих людей»*<sup>9</sup>.

Английский историк кинематографа Артур Колдер-Маршалл говорит о доверительности, которую позволяет себе кинокамера Флаэрти в фильме «Нанук с Севера»: *«режиссер будто делает нас свидетелем живой жизни и того, что происходит во время съемок с установкой не на то, что "это произошло с нами", а на то, "вот какова жизнь Нанука и его семьи»*<sup>10</sup>. Работы Флаэрти отличались от сухой документалистики того времени, что давало повод современникам критиковать его способы интерпретации действительности.

Исследователь Д. Кракауэр назвал главный принцип, лежащий в основе фильмов Флаэрти – сюжет, который вытекает из жизни народа<sup>11</sup>. Такие фильмы Р. Флаэрти, как «Моана»(1926), «Человек из Арана» (1934)

<sup>8</sup> Трошин А., Дымщиц Н., Ищевская С. История отечественного кино. М.: Прогресс-Традиция, 2005. С. 21-22.

<sup>9</sup> Александров Е. В. Предыстория визуальной антропологии: первая половина XX в. // Этнографическое обозрение, 2014. №4. С. 131.

<sup>10</sup> Calder-Marchall A. The Innocent eye. The Life of Robert Flaherty, 1970. [электронный ресурс], URL: <https://archive.org/details/innocenteyetheli000471mbr>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>11</sup> Кракауэр З. Природа фильма. Реабилитация физической реальности. М.: Искусство, 1974. С. 67-68.



использовали новые выразительные средства в кинопутешествиях.<sup>12</sup> Метод длительного наблюдения, «привычная камера», элементы постановочности, характерные работам Флаэрти, стали эстетической платформой для многих документалистов последующих десятилетий, этот процесс продолжается до сих пор. С 1996 года стал проводиться международный кинофестиваль «Флаэртиана». В предоставляемых на фестиваль документальных фильмах реальный человек проживает на экране часть жизни, сформулированную режиссером по законам драматургии. Этот формат в кино и на телевидении получил название реалити-шоу.

В Советском Союзе большой вклад в развитие трэвел-журналистики внес режиссер **Владимир Шнейдеров**, первый ведущий программы «Телевизионного клуба кинопутешествий». Как отмечает Е. П. Почкай, он ввел свой творческий принцип под названием три К: «на красивой земле, красивые люди, красиво трудятся», который реализовал в своих научно-просветительских кинолентах о путешествиях: «По Самарканду» (1924), «Великий перелет» (1925), «По Узбекистану» (1926), «Эль-Иемен» (1930)<sup>13</sup>. После войны режиссер создал цикл научно-популярных фильмов «Путешествия по СССР», где показал природу и жизнь людей практически со всех уголков СССР. *«Владимир Адольфович Шнейдеров выбрал себе профессию, которую сам себе придумал, – кинопутешественник, а за основу, взял себе девиз из того же Редьярда Киплинга: “Хоть на край земли, хоть за край земли”»*<sup>14</sup>. Владимир Шнейдеров прибегал к методу чисто репортажной съемки, где автор являлся не просто сторонним наблюдателем, а был участником событий. Цикл «Путешествия по СССР» стал предшественником

<sup>12</sup> Фирсова Д. Флаэрти и его фильмы // Флаэрти Р.: Статьи. Свидетельства. Сценарии / Мастера зарубежного киноискусства - М.: Искусство, 1980. - С.7.

<sup>13</sup> Почкай Е. П. Варианты реальности в путешествиях на телеэкране // Познание стран мира: история, культура, достижения / Сборник материалов 1У Международной научно-практической конференции. Новосибирск: ЦНПС, 2014.

<sup>14</sup> Захаров П. П. Кто Вы, Владимир Адольфович Шнейдеров?! // [электронный ресурс], URL: [http://www.mountain.ru/article/article\\_display1.php?article\\_id=6732](http://www.mountain.ru/article/article_display1.php?article_id=6732). Дата обращения: 10.05.2017.

самой популярной советской программы о путешествиях, «Клуба путешественников».

Возникновение телевидения привнесло новый вид трэвел-продукции – студийную передачу по форме журнала. Авторы учебника «Телевизионная журналистика» определяют телевизионный журнал, как периодическое издание, где под одним названием собраны материалы на разные темы, подчеркивая при этом, что *«самые популярные, самые значительные журналы – это те, которые имеют постоянного, авторитетного ведущего-публициста или специалиста-популяризатора»*<sup>15</sup>.

Ярким примером программы журнального типа можно считать передачу **«Клуб путешественников»** (1960-2003). Это первая телепрограмма в истории советского телевидения, посвященная популяризации туризма и путешествиям. Исследователь В. Ф. Познин называет «Клуб путешественников» *“сто процентно научно-популярной программой”*, так как в ней освещались вопросы, связанные с настоящими исследованиями, гипотезами и научными экспедициями<sup>16</sup>. Гостями программы были известные археологи, зоологи, географы, путешественники. *«Темы выпусков “Клуба” были очень различны – ведущий мог рассказывать о центре подводного плавания в Иордании, о заповедных местах Донбасса, о Чукотке и о Шри-Ланке с Таиландом, встречаться с Хейердалом (во время его визита в СССР) и показывать фильм о плавании “Тигра”»*<sup>17</sup>.

Немного позднее «Клуба путешественников» появился анималистический телевизионный журнал **«В мире животных»** (1968) с ведущим публицистом Василием Песковым, которого в 1977 году сменил зоолог Николай Дроздов. Создание студийной трэвел-программы диктовало

<sup>15</sup> Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика 4-е издание М.: «Высшая школа», 2002, [электронный ресурс], URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>16</sup> Познин В. Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика. Учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2016. С. 184.

<sup>17</sup> Карев И. Глазами Сенкевича // [электронный ресурс], URL: [https://www.gazeta.ru/culture/2017/04/08/a\\_10617113.shtml#page3](https://www.gazeta.ru/culture/2017/04/08/a_10617113.shtml#page3). Дата обращения: 10.05.2017.

время: СССР оставалось закрытым государством, так что у журналистов просто не было полноценной возможности снимать материалы в других странах.

Уже после перестройки на канале «Россия» в 1994 году появился телевизионный журнал «Диалоги о животных», ведущим программы был зоолог Иван Затевахин. Передача выходила в форме тележурнала с рубриками, посвящённым как диким, так и домашним животным до 2017 года, после чего ведущий сменил журнальную форму передачи на формат телевизионного анималистического шоу, и программа стала называться «Живые истории».

Современная телепрограмма «Их нравы» (НТВ, 2003-2014) с Дмитрием Захаровым сохранила присутствие ведущего в студии. Исследователь Н. Баландинский отмечает: «Студия “Их нравов” - обиталище ведущего-“домоседа”, который сам никуда не ездит, и другим не советует. Она даже оформлена так, что её облик никак не соотносится с идеей путешествий. Достаточно вспомнить студийное оформление “Клуба путешественников” или “Диалогов о животных” Ивана Затевахина, которые с первой минуты должны вводить зрителя в мир далёкого, таинственного, экзотичного. Здесь же, наоборот, проступает резкий контраст между студийным нейтральным антуражем и содержанием программы, рассказывающей о жизни людей в самых экзотических уголках планеты»<sup>18</sup>. Современная трэвел-журналистика отказывается от подобного студийного формата, отдавая предпочтение наличию ведущего в кадре на месте события в формате «здесь и сейчас».

Исследователь И. В. Показаньева выделяет несколько этапов развития отечественной телевизионной трэвел-журналистики. Первый этап автор обозначает приблизительно 1950-1980 годами и связывается с появлением на

---

<sup>18</sup> Баландинский Н. Географические проекты российского ТВ: кто есть кто и что есть что? // [электронный ресурс], URL: <http://www.geografia.ru/npprogr.html>. Дата обращения: 10.05.2017.

Первом и Втором каналах Центрального телевидения передач, подготовленных Главной редакцией научно-популярных и учебных программ<sup>19</sup>. Студийные передачи «Клуб путешественников» и «В мире животных» носили просветительский характер, пользовались безоговорочным успехом у зрителей, существовали в рамках отсутствия конкуренции.

Второй этап И. В. Показаньева выделяет промежутком примерно с 1980 по 2000 год. Авторы книги «Эфир на фоне эпохи» следующим образом характеризуют 1980-е годы в истории телевидения: *«Это период стремительного расширения аудитории, активного поиска новых форматов и жанров тележурналистского творчества, освоение доселе неизвестной на экране тематики»*<sup>20</sup>. В этот переходный исторический период происходит постепенная децентрализация СМИ, появляются частные телекомпании, которые создают собственные трэвел-передачи. К 1990 году окончательно рухнул и «железный занавес», и монополия Центрального телевидения. *«На волне общей тенденции перехода научно-популярного вещания в развлекательный режим, начавшейся в середине 1990-х гг., меняется форма и содержание трэвел-программ – научно-популярный компонент уступает место развлекательному и рекламному»* - отмечает И. В. Показаньева<sup>21</sup>.

С 1991 года по всему миру путешествует Дмитрий Крылов, его «Непутевые заметки» с 1996-го года выходят на Первом канале. Программа отличалась новой ироничной подачей материала, быстро завоевала популярность у зрителя. Ведущий в легкой развлекательной манере рассказывал о традициях, обычаях, национальной кухне каждой из

<sup>19</sup> Показаньева И.В. Генезис отечественного научно-популярного телевидения географической тематики: возникновение телевизионной трэвел-журналистики // Вестник ВГУ, 2014. №4. С. 135-136.

<sup>20</sup> Эфир на фоне эпохи : очерки истории Ленинградского – Петербургского радио и телевидения / С. Ю. Агапитова, И. Н. Апухтин, М. А. Бережная и др. СПб.: С.-Петербург гос. ун-т, Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2013 с.167

<sup>21</sup> Показаньева И.В. Генезис отечественного научно-популярного телевидения географической тематики: возникновение телевизионной трэвел-журналистики // Вестник ВГУ, 2014. №4. С. 135-136.

посещаемой им страны. Дмитрий Крылов не считал свою программу научно-познавательной, ставя на передний план развлекательный аспект: *«Прежде всего, я передаю личное восприятие и ощущение от той или иной страны, города, народа, чтобы получить синтез веселого и полезного. Какой-то познавательный элемент в ней, безусловно, присутствует: программа не только развлекает, но и сообщает зрителям немало любопытной и полезной, надеюсь, информации. Хотя порой, конечно, я несу очень много отсебятины»<sup>22</sup>.*

Исследователь Н. Баландинский, изучая российские телепередачи, освещающие путешествия по разным странам, определяет их в общую категорию «географических» форматов. К ним он относит программу «Непутевые заметки» и отмечает, что «Непутёвые заметки» были по форме некими «путешествиями дилетанта», что изначально подкупало зрителя. Но автор негативно характеризует большое количество рекламного контента в программе: *«Со временем передача приобрела столь ярко выраженный рекламный характер, что в профессиональной среде созданный Дмитрием Крыловым формат был назван “крыловщиной”. Бесконечный и навязчивый показ фешенебельных отелей, ресторанов, круизных теплоходов создаёт несколько искажённое представление о стране и способах путешествовать»<sup>23</sup>.* С 2001 года «Непутевые заметки» стали выпускаться собственным туристическим агентством Дмитрия Крылова - «Путевые советы», что способствовало еще большему внедрению рекламного контента в программу<sup>24</sup>.

С. Н. Ильченко отмечает обстоятельства, которые повлияли на эволюции жанрового деления: *«Смена парадигмы развития всей системы*

<sup>22</sup> Славущкий А. Дмитрий Крылов: Я несу много отсебятины // [электронный ресурс], URL: <http://www.trud.ru/article/04-04-2002/38819>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>23</sup> Баландинский Н. Географические проекты российского ТВ: кто есть кто и что есть что? // [электронный ресурс], URL: <http://www.geografia.ru/npprogr.html>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>24</sup> Официальный сайт агентства «Путевые советы» // [электронный ресурс], URL: <http://putevie.ru/>. Дата обращения: 10.05.2017.

*отечественных электронных СМИ на рубеже 1980–1990-х годов оказала существенное воздействие на формирующийся эфирный контент, который, чем дальше уходили медиа от советской модели, становился все более вариативным с точки зрения жанров, их конвергенции и приоритетности»<sup>25</sup>. К началу 2000-х годов система СМИ претерпела сильные изменения, которые не могли не затронуть область трэвел-журналистики.*

## **1.2 Жанровые модификации современной телевизионной трэвел-журналистики**

Трансформация телевидения в условиях глобализации и конвергенции напрямую затронула область телевизионной трэвел-журналистики, которая быстро приспособилась к этим процессам: эфирный трэвел-контент разнообразился новыми жанрами, форматами и формами подачи информации.

Многие исследователи говорят о преимуществе развлекательной функции СМИ над информационной. *«Развлечение становится приоритетной функцией телевидения»* – пишет А. М. Самстыко<sup>26</sup>. Исследователь С. А. Муратов отмечает, что развлекательные программы становятся преобладающим типом вещания<sup>27</sup>. Эту же тенденцию отмечает И. В. Показаньева и в трэвел-журналистике: *«Из-за господства инфотеймента некоторые традиционные принципы журналистики, например, аналитичность, уходят в прошлое. Серьезная, качественная*

---

<sup>25</sup> Ильченко С. Н. Историко-культурные предпосылки трансформации системы жанров отечественного телевидения // Говорит и показывает кафедра телерадиожурналистики : сб. статей / . СПб.: Ин-т «Высш шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. №4. С. 38.

<sup>26</sup> Самстыко А. Н. Трансформация российского телевидения в постсоветскую эпоху // Вестник Балт. фед. ун-та им. И. Канта, 2009. №8, [электронный ресурс], URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-rossiyskogo-televideniya-v-postsovetskuyu-epoxy>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>27</sup> Муратов С. А. ТВ – эволюция нетерпимости. М., 2000

*журналистика о туризме в традициях научно-популярного вещания СССР уступила место на телеэкране современному гибриднему инфотейменту»<sup>28</sup>.*

Подобный подход не может не влиять на развитие жанровой системы в журналистике. Так, исследователь С. Н. Ильченко предложил к традиционной триаде жанров (информационные, аналитические, художественно-публицистические) добавить четвертый жанровый сектор, «именуемый “игровым” или “развлекательным телевидением” (оно же – “телевидение досуга”)<sup>29</sup>. Исследователь И. Н. Блохин представил классификацию досуговой информации и выделил такой тип, как *досугово-просветительские СМИ*. Их основной функцией является удовлетворение познавательных интересов аудитории, мотивация которой состоит в «радости узнавания и открытия нового»<sup>30</sup>. На наш взгляд, современные телевизионные трэвел-проекты полностью направлены на выполнение этой функции.

С течением времени разнообразились формы повествования в экранной трэвел-журналистике: журнальная форма («Вокруг света», «Их нравы»), о которой мы упоминали в предыдущем параграфе, перестала пользоваться популярностью. Как отмечает В. Ф. Познин, востребованной формой на телевидении стал **цикл** – это две и более передачи, посвященные одной проблеме, характерной особенностью цикловой программы является одно и то же время выхода в эфир<sup>31</sup>. Исходя из этого определения, примерами цикловых программ можно считать проект «Редкие люди» (телеканал «Моя планета», 2014) о народах России, популярное трэвел-шоу «Орел и решка»

<sup>28</sup>Показаньева И. В. «Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиапространства» журнал Медиаскоп, 2013

<sup>29</sup> Ильченко С.Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения диссертация 2012 С.279

<sup>30</sup>Блохин И. Н. Характеристика аудитории СМИ сферы досуга // Медиа. Демократия. Рынок. Материалы международной научно-практической конференции: в 2 ч. / под ред. Л. Р. Дускаевой. СПб.: Астерион, 2010. Ч. 2. Функционирование средств массовой информации в сфередосуга. С.22.

<sup>31</sup>Познин В.Ф. Просветительское телевидение // Журналистика сферы досуга : учеб. пособие / СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 185.

(телеканал «Пятница», с 2011 по наст. время) и др. Помимо прочего, В. Ф. Познин отмечает, что после долгого перерыва на телеэкране стали появляться познавательные телевизионные фильмы, по форме повествования представляющие собой **многосерийные** фильмы, преимущество которых в методе длительного наблюдения. Отличительная особенность сериала – наличие общих героев, единство места и времени, последовательность действия<sup>32</sup>. В сериальной форме сделан документальный проект Первого канала о путешествиях Владимира Познера и Ивана Урганта. Так, зимой 2017 года состоялась премьера восьмисерийного фильма-путешествия по Испании «В поисках Дон Кихота». Четырехсерийный документальный проект Леонида Парфенова «Хребет России» (Первый канал, 2010) о путешествиях по Уралу также имеет сериальную форму.

С. Н. Ильченко предлагает использование терминологического понятия «единица эфирного контента» в качестве синонима терминов «программа» и «передача». *«Единица эфирного контента (программная, жанровая) – завершённый продукт журналистского творчества, имеющий конкретные временные и пространственные характеристики, в основе которого – какая-либо информация, или отсутствие таковой»* – пишет автор<sup>33</sup>. Называть ту или иную передачу единицей эфирного контента, с одной стороны, более правильно, чем передачей или программой, так как под названиями «передача» и «программа» в теории телевизионной журналистики подразумеваются конкретные формы. Передача – это разовая цельная единица контента, программа состоит из нескольких тематических блоков (например, «Международное обозрение» и «Сферы» Иннокентия Иванова). С другой стороны, словосочетание «единица контента», по нашему мнению, звучит сухо и тяжеловато даже в научном тексте, особенно при

<sup>32</sup> Познин В.Ф. Просветительское телевидение // Журналистика сферы досуга : учеб. пособие / СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 185.

<sup>33</sup> Ильченко С.Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения // дис. д-ра филол. наук/ С. Н. Ильченко, М., 2012. С.246.



описании такой яркой продукции, как телепутешествия. Поэтому мы условно будем продолжать называть единицу контента передачей или программой.

Говоря о формах вещания, используемых в современной телевизионной трэвел-журналистике, мы не можем не отметить, что для нее стали неактуальны студийные передачи. Из-за плохих рейтингов программа «Их нравы», формат которой предполагал студийные съемки, в 2014 году прекратила свое существование<sup>34</sup>. За последние пять лет, помимо изменившей в 2017 формат и название передачи «Диалоги о животных», нам удалось найти только один трэвел-проект, который предполагает наличие ведущего в студии. Это документальный цикл «Россия. Гений места» («Россия 1», 2014–2015 г.) с ведущим, который находится в студии – министром культуры РФ Владимиром Мединским. Задача ведущего в данной программе состоит в начитке подводок и отводок к сюжетам корреспондентки – Екатериной Федотовой, которая непосредственно и путешествует по городам России. Мы приходим к мнению, что трэвел-журналистика тяготеет к репортажности, зрителю неинтересно смотреть на ведущих, которые обсуждают путешествия в студии, зрителю важно увидеть их в самом путешествии.

Исследуя жанровое развитие трэвел-журналистики, мы будем опираться на слова Л. П. Шестеркиной, которая выделяет следующие основные направления жанрового развития: динамичность вещания (разнообразные возможности устного слова), репортажность («эффект присутствия», предельная достоверность и документальность) и образность<sup>35</sup>. Эти жанровые тенденции присущи и современной трэвел-журналистике.

Так, действительно, доминирующим жанром в трэвел-программах становится **репортаж**. Современный трэвел-контент построен на

<sup>34</sup> Поворазнюк С. «Если рейтинг ниже плитуса, незачем бить себя пятой в грудь» // [электронный ресурс], URL: <http://izvestia.ru/news/571717>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>35</sup> Шестеркина Л. П. Современные подходы к формированию структуры жанров телерадиожурналистики // Вестник электронных и печатных СМИ №14, [электронный ресурс], URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2115>. Дата обращения: 10.05.2017.

репортажном методе съемки, что делает изображение насыщенным и документальным, а, значит, более достоверным. По мнению авторов книги «Типология жанров современной экранной продукции», репортажностью обозначается имманентное свойство подавляющего большинства журналистских жанров<sup>36</sup>. Задача репортера состоит в том, чтобы дать аудитории возможность увидеть событие глазами журналиста, создать эффект присутствия. А. В. Колесниченко отмечает, что репортаж – это всегда движение, и выделяет в нем линию повествования «красная нить-путешествие», которая, на наш взгляд, зачастую используется в трэвел-журналистике. «Красную нить-путешествие» А. В. Колесниченко характеризует, как репортаж, который начинается с прибытия журналиста в определенное место и заканчивается его отъездом либо каким-то ярким эпизодом в процессе сбора информации<sup>37</sup>. Роль репортера в тематическом трэвел-репортаже в превращении всей полученной информации в популярную и увлекательную. Как считает автор книги «Реальный репортер», Д. В. Соколов-Митрич, работу репортера в данном случае отличает нестандартный взгляд на происходящие события, а также умение подмечать в нем интересные подробности<sup>38</sup>.

Цикл программ «**В поисках приключений**» (2002–2006г.) построен на жанре репортажа. Ведущий программы Михаил Кожухов путешествует по разным странам от европейских Италии или Франции до экзотической Кении и знакомится с их жителями. Ведущий погружается в жизнь и быт местных жителей тех стран, где путешествует: примеряет на себя профессии, традиционные для тех или иных народов, пробует себя в этой профессии, параллельно общается с жителями. Так, в Сирии Михаил Кожухов знакомит

<sup>36</sup> Вакурова Н.В., Московский Л. И. Типология жанров современной экранной продукции, учебное пособие, Москва, 1997, [электронный ресурс], URL: <http://evartist.narod.ru/text3/08.htm>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>37</sup> Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. С 44.

<sup>38</sup> Соколов-Митрич Д. В. Реальный репортер. Почему нас этому не учат на журфаке?! СПб.: Питер, 2014, [электронный ресурс], URL: <https://www.litmir.me/br/?b=178290>. Дата обращения: 10.05.2017.

зрителя с профессией аркесуса, сюжет обладает большой степенью репортажности: сначала сириец дает ему мастер-класс по профессии, потом ведущий сам пробует себя в этой профессии, а в процессе съемки он знакомится с сирийцами и ведет с ними непринужденную беседу, задавая различные вопросы. В выпуске из Кении ведущий на пару с шеф-поваром готовит лобстеров, ездит на сафари, становится воином местного племени, учится добывать огонь. В выпуске из Португалии Михаил Кожухов узнает, как делать винную пробку, собственными ногами готовит портвейн, обучается традиционному танцу.

В качестве ведущего Михаил Кожухов также объездил множество стран в телепроектах «Вокруг света», «Далеко и еще дальше», «Охота к перемене мест». В этих программах Михаил Кожухов продолжает традиции, начатые в «В поисках приключений». Он приспосабливается и осваивает быт местных жителей, пробует себя в других профессиях, общается с горожанами, изучает традиции и ищет что-то интересное в каждой новой местности. Эти программы также можно отнести к разряду передач-репортажей.

Можно сказать, что репортажность и эффект присутствия создаются путем постоянного присутствия ведущего в кадре, его взаимодействия с окружающим миром. Это и заранее спланированные интервью, и общение со случайными прохожими. Важная роль при этом отдается лайфам, на которых и строится подавляющее большинство современного трэвел-контента с участием ведущего на телевидении. Все трэвел-программы на современном телевидении (за исключением видовых программ без участия ведущего в кадре), построены на репортажном методе, который также активно используется в путевых очерках.

За образность в журналистике отвечает жанр **зарисовки**, в котором, в отличие от очерка, композиционная завершенность не обязательна, а ставка делается на визуальную составляющую и выразительный закадровый текст, если таковой присутствует: *«Это жанр, где образность преобладает над*

*информационностью»*<sup>39</sup>. Жанр зарисовки соотносится с видовыми фильмами. Так, в сетке вещания специализированного телеканала «Ocean-TV» в эфир выходит видовая лента под названием «Релакс», где под расслабляющую музыку показывают виды пляжей, жизнь морских обитателей и прочие морские пейзажи. Однако мы пришли к выводу, что в чистом виде жанр зарисовки не свойственен современной трэвел-журналистике, и обычно присутствует лишь в качестве одного из элементов программы или документального фильма, когда зрителю показываются видовые съемки с какой-то геолокации.

Основополагающее место в жанрообразующей системе трэвел-журналистики исторически занимает жанр **путевого очерка**. Согласно теоретику журналистики А. А. Тертычному, путевой очерк представляет собой описание важных и интересных событий, происшествий, встреч и бесед с разными людьми, с которыми автор сталкивается в ходе своего творческого путешествия<sup>40</sup>. Сюжет очерка представляет собой последовательность этих событий, встреч. Важнейшими характеристиками очерка считаются динамичность во времени и пространстве, наличие авторского «я», подбор информации в зависимости от авторского замысла.

В данном жанре журналист выступает в качестве рассказчика. Как пишет исследователь Г. В. Кузнецов, *«текст путевого очерка строится на образных сравнениях, насыщен познавательными элементами, содержит индивидуальные оценки, ведущие к глубоким обобщениям»*<sup>41</sup>. В основе очерка лежит творческая идея, которой подчиняется повествование. В путевом очерке на телевидении события не просто фиксируются, они осмысливаются

---

<sup>39</sup> Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика 4-е издание М.: «Высшая школа», 2002, [электронный ресурс], URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>40</sup> Тертычный А. А. Жанры периодической печати, Учебное пособие, М: Аспект Пресс, 2000, [электронный ресурс], URL: <http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>41</sup> Кузнецов Г. В. Концепции каналов/Телевизионная журналистика: учебник. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Изд-во Моск. ун-та; Наука, 2005. С. 289.

и предстают через призму авторского мнения, трактуются через его мироощущение и мировосприятие.

В качестве примеров телепроектов, построенных на жанре путевого очерка, мы хотели бы выделить цикл авторских программ «Человек мира» («Моя Планета», с 2010 г.) с Андреем Понкратовым, а также серии документальных фильмов-путешествий Владимира Познера и Ивана Урганта.

**«Человек мира».** В данной программе ведущий Андрей Понкратов, путешествуя по разным странам, погружается в культуру и традиции местных жителей. Хронометраж программы относительно невелик – около 26 минут, поэтому несколько выпусков могут быть посвящены одной стране, но при этом они будут разделены тематически. Так, путешествие по Марокко описывается ведущим в четырех выпусках: два из них носят название «Замок из песка», два – «В плену у джиннов».

Интересна изначальная идея первых двух частей программ из Марокко – ведущий предстает зрителю в образе хиппи и заявляет, что цель его путешествия – *«по-настоящему отдохнуть, оторваться по полной»*. В течение двух выпусков Андрей Понкратов ищет способы и места, где это можно сделать. В конце второй части путешествий по Марокко ведущий обнаруживает себя проснувшимся около замка из песка, который он искал всю дорогу и про который пел Джимми Хендрикс. В заключении Андрей Понкратов говорит в стэндапе: *«Хотел оторваться и оторвался. Да, тут уже нет тех хиппи, тех вечеринок, но зато здесь по-прежнему царит атмосфера свободы, музыки и братства»*. Главная цель ведущего в выпусках «В плену у джиннов» – изучить Марокко с мистической точки зрения: пообщаться с магами и гадалками, посетить магазины магического инвентаря и т.д.

Мы выявили, что в выпусках «Человека мира» заложена какая-то определенная идея, которая проходит красной нитью через программу. Так, на протяжении двух последних частей путешествия по Марокко, ведущий

периодически обращается к чтению книги про джиннов и апеллирует цитатами оттуда, в выпусках из Японии – пытается «разгадать загадочных японцев», а тематика путешествий ведущего по Корею – красота и здоровье.

«Человек мира» – предельно авторская программа, ведущий пропускает все события через себя, высказывает свое мнение об окружающем мире, программа даже напоминает видеодневник. Все это свидетельствует о внушительной составляющей жанра путевого очерка в концепции программы.

«**В поисках Дон Кихота**» – уже седьмой по счету документальный фильм о путешествиях известных российских телеведущих Владимира Познера и Ивана Урганта. Первый документальный цикл назывался «**Одноэтажная Америка**» и был аллюзией на повесть советских классиков И. Ильфа и Е. Петрова об автомобильном путешествии по штатам. *«Содержательный и познавательный закадровый авторский текст, яркие интервью, интересный и изобразительный ряд, профессионализм ведущих делает этот цикл притягательным, интересным и качественным журналистским произведением»* – определяет «Одноэтажную Америку» исследователь Н. С. Гегелова<sup>42</sup>. «В поисках Дон Кихота» сохранился этот подход. Главный вопрос, который изучают ведущие в восьмисерийном документальном фильме – жив ли в Испании кихотский дух. В ходе своего путешествия Владимир Познер и Иван Ургант развенчивают стереотипные представления об Испании, в том числе, миф о том, что это страна вечного праздника. Ведущие изучают, что оказало влияние на формирование испанского национального характера, язык и культуру, пытаются понять, чем каталонцы отличаются от испанцев, знакомятся с народными традициями, изучают фламенко, корриду, обсуждают с местными жителями насущный вопрос об отделении Каталонии от Испании и пытаются выявить проблемы современной Испании.

---

<sup>42</sup> Гегелова Н. С. Грэвел-журналистика на российском телевидении // Вестник Российского университета дружбы народов, 2016. №2. С. 130.

В сериале «В поисках Дон Кихота» очень ярко выражено авторское «я» Владимира Познера. Ведущий в присущей себе манере иногда излишне критичен и категоричен, а делая какие-то выводы для себя, он автоматически делает их и для зрителя. В последней серии под названием «Дон Кихота – в президенты!» Познер едет за рулем и подводит итог проделанному путешествию: *«Из всех европейских стран Испания оказалась самой сложной. Я вот говорил когда-то, что Англия – это японская Европа, то есть она такая же, на самом деле, непонятная чужестранцам, как Япония. А вот Испания... она какая-то ускользающая что ли, она вроде бы очень ясная»*. Важно отметить, что в данном документальном цикле играет большую роль познавательная функция. Поэтому в художественную композицию фильмов включается много исторических справок, кадров из хроники, рассказа об исторических событиях.

Рассматривая вышеперечисленные трэвел-передачи как путевые очерки, мы не можем не отметить тот факт, что в анонсах этих передач, а также в анонсах большинства других, трэвел-передачи позиционируются как документальные фильмы. В этом нет противоречия. Документальный фильм – это не жанр, а вид кино(теле) фильмов. Структурно-содержательные составляющие документального фильма не могут претендовать на систему устойчивых формально-содержательных признаков, которая характеризует жанр. Каждый документальный фильм имеет свою собственную внутреннюю систему и может строиться на основе любого жанра.

Говоря о трансформации телевизионной трэвел-журналистики, мы не можем не отметить влияние научно-технического прогресса на ее жанровую структуру. С появлением Интернета стал популярным способ подачи информации в формате блога, сетевая трэвел-журналистика стала тесно связана с этим понятием. Формат блога стал настолько популярным, что на сайтах таких журналов о путешествиях, как «Geo», «Вокруг света» появились отдельные рубрики авторских блогов, на сайте телеканала «Моя Планета» любой пользователь может зарегистрироваться и получить возможность

опубликовать свои фотографии, отчеты, путевые заметки и советы в разделе «Репортажи». Однако стоит отметить, что трэвел-блогинг лишь косвенно связан с трэвел-журналистикой. Исследователь И. В. Показаньева выделяет одно из главных отличий трэвел-журналиста от трэвел-блогера – аффилиацию - стремление трэвел-блогера к общению, эмоциональным контактам с читателями и зрителями<sup>43</sup>.

Тем не менее, появление блогов дало толчок к созданию нового жанра, так называемого **VLOGa**, или видеоблога, который по нашему мнению, появился вследствие трансформации сразу нескольких традиционных журналистских жанров: репортажа, авторского комментария и очерка. VLOG по форме представляет собой авторский видеодневник, обычно снятый самим автором, в котором он делится с миром всем, что лично ему кажется интересным.

Современная телевизионная журналистика также стала использовать эту жанровую разновидность. Так, цикл программ «Следуй за мной» (Первый канал, 2016) позаимствовал у Интернета жанр видеоблога. Это авторская программа Мурада и Натальи Османн, которые стали известны во всем мире благодаря их фотопроекту в Instagram «Followme». С 2011 года молодая пара делает фотографии с разных уголков света, при этом снимки выполнены всегда в одной стилистике и сняты с одинакового ракурса: на них видна лишь спина девушки, держащей за руку фотографа и будто бы ведущей его за собой. У профиля проекта в Instagram больше четырех с половиной миллионов подписчиков. Телевизионная версия проекта представляет собой своеобразный видеодневник ведущих об их путешествии по какой-либо стране: зритель видит, как ведущие ищут места, костюмы для съемок фотографий, с какими сложностями сталкиваются, как проводят досуг. Ведущие снимают друг друга на камеру и рассказывают о традициях,

---

<sup>43</sup> Показаньева И.В. Теоретическое осмысление основ трэвел-блогинга. Функциональные отличия трэвел-блогера и трэвел-журналиста // Universum: филология и искусствоведение, 2015. №3, [электронный ресурс], URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/2083>. Дата обращения: 10.05.2017.



достопримечательностях, кухне разных народов и обо всем, что им кажется интересным, делаясь своими впечатлениями. Примечательно, что программа сделана в диалогичной форме «ведущий – ведущий». Авторы проекта будто бы общаются не со зрителем, а исключительно друг с другом: это касается как закадрового текста, составленного в форме диалога, так и стендапов. Так, в последнем выпуске программы из Испании, ведущая Наталья Османн рассказывает об истории Барселоны следующим образом: *«Мурат, мы приехали в Готический квартал! Именно он считается самым сердцем старой Барселоны. Более чем две тысячи лет назад, знал ли ты, здесь основалась римская небольшая деревушка...»*. При просмотре создается впечатление того, что мы подсматриваем за чьей-то личной жизнью, снятой на видеокамеру.

### **1.3 Влияние игровых форматов на телевизионную трэвел-журналистику**

Телевизионное творчество опирается не только на такие понятия как форма и жанр, в последние десятилетия прочно вошло в телевизионную систему понятие «формат». Сущностные характеристики формата, да и само понятие «формат» разными исследователями трактуются по-разному.

С. Н. Ильченко полагает, что формат определяет для программы все те внешние признаки и качества, которые отличают ее от других, а жанр единицы эфирного контента – это совокупность формальных профессиональных приемов в журналистском творчестве, используемых при обработке информации с целью придания ей необходимого завершенного вида<sup>44</sup>.

В. Л. Цвик показывает принципиальное отличие, имеющее решающее значение при определении понятий «жанр» и «формат»: формат можно купить, скопировать, украсть, в отличие от жанра, который является

---

<sup>44</sup> Ильченко С. Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые жанры и формы вещания. СПб.: Роза мира, 2006. С. 7.

всеобщим достоянием. По мнению автора, эта важная особенность доказывает рыночную природу формата и эстетическую – жанра<sup>45</sup>.

Мы остановимся на определении телевизионного **формата**, как совокупности внешних признаков, придающих уникальные отличительные черты каждой отдельно взятой телепрограмме. Эти внешние признаки в основном организационно-технологические: это хронометраж передачи, количество камер, состав героев и отношений между ними, последовательность действий и событий. Важную, цементирующую роль играет ведущий, поведенческие стратегии ведущих делают передачу цельной и особенной, отличной от других. Формат модифицирует жанр, который заложен в основу передачи.

Как мы уже отмечали ранее, современная трэвел-журналистика выполняет две основные функции познавательную (информационную) и развлекательную, при этом основная задача трэвел-журналиста – вовлечь в свое путешествие, поделиться впечатлением и удивить зрителя.

Исследователь И. В. Показаньева отмечает, что трэвел-программы сочетают в себе элементы документального фильма, образовательной программы, развлекательного ток-шоу с участием ведущего, реалити шоу, сериала и рекламного ролика<sup>46</sup>. Мы не можем не отметить тяготение современной телевизионной трэвел-журналистики к использованию игровых форматов, которые стали играть важную роль в жанрообразующей системе. Связать это можно с появлением в мировом пространстве такого явления, как «шоу-цивилизация», для которого характерно противоречивые отношения между экранной реальностью и эмпирической действительностью<sup>47</sup>.

Современная трэвел-журналистика вобрала в себя различные виды **шоу**. Один из них **реалити-шоу**, в котором, как мы говорили ранее,

---

<sup>45</sup> Цвик В.Л. Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы // Вестник Московского университета. Серия 10 "Журналистика", 2010. №6. С.54.

<sup>46</sup> Показаньева И. В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиaprостранства // Медиаскоп, №3, 2013, [электронный ресурс], URL: <http://www.mediascope.ru/node/1385>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>47</sup> См.: Ильченко С. Н. Шоу-цивилизация: конец реальности? СПб. : ИВЭСЭП, 2014.

реальный человек проживает на экране часть жизни, сформулированную режиссером по законам драматургии. Как отмечает А. А. Новикова, реалити-шоу – одно из самых молодых и самых любопытных, с точки зрения гибридов форм, направлений телевизионного вещания. В его основе заложен принцип игры, который делает реалити-шоу привлекательным и для участников, и для зрителей<sup>48</sup>. Многие исследователи относят реалити-шоу к новым жанрам, к примеру, авторы статьи «Развлекательные программы в эфире отечественного телевидения» пишут про реалити-шоу: *«главное в этом жанре – ставка на сопереживание и «подглядывание»*<sup>49</sup>. Нам же кажется целесообразным употребление термина «формат реалити-шоу», так как, кроме репортажности, трудно выделить остальные жанровые характеристики данной единицы эфирного контента, тем более сам формат реалити неоднороден.

Так, С. Н. Ильченко отдельно выделяет формат **реалити-состязания**. Данный формат характеризуется систематическим прохождением испытаний спортивного характера в природных условиях, которые непривычны для участников шоу<sup>50</sup>. В качестве примеров реалити-состязаний можно считать трэвел программы «Последний герой» (Первый канал, 2001-2009), «Сердце Африки» (Первый канал, 2005), «Остров» (НТВ, 2013). В этих реалити-шоу звездам шоу-бизнеса и обычным людям приходилось бороться за победу и денежный приз в экстремальных для себя условиях: участники «Последнего героя» и «Острова» оказывались на необитаемых тропических островах, герои проекта «Сердце Африки» в течение полутора месяца знакомились с местными жителями на Африканском континенте. Всем участникам

---

<sup>48</sup> Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб.: Алетейя, 2008, [электронный ресурс], URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/novikova.htm>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>49</sup> Корнилова Е.Е., Иванова Е.А. Развлекательные программы в эфире отечественного телевидения // Медиа. Демократия. Рынок. Материалы международной научно-практической конференции. Ч. 2. Функционирование средств массовой информации в сфере досуга СПб.: Астерион, 2010. С. 122

<sup>50</sup> Ильченко С. Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые жанры и формы вещания. СПб.: Роза мира, 2006. С. 35.

приходилось самостоятельно учиться разводить огонь, строить жилье, добывать пищу. Часто это сопровождалось испытаниями на силу, ловкость, выносливость и эрудицию.

Зритель, наблюдая за действиями героев, получал не только развлечение, но и какую-то полезную информацию о том, как можно выживать в экстремальных условиях. Много было и познавательной информации. Например, из выпусков шоу «Сердце Африки» мы можем увидеть быт и традиции местного племени: женщины занимаются рыбалкой, в то время как мужчины занимаются более грубой и тяжелой работы.

С. Н. Ильченко рассматривает также такой тип реалити-шоу, как «шоу-квест». Это шоу поиска, шоу загадки. Примером такого шоу можно считать программу «12 негрятят», которая выходила в 2004 году на телеканале ТНТ, где участники с помощью подсказок искали по Европе золото<sup>51</sup>. В формате шоу-квеста сделана трэвел-программа «Маршрут построен» (Первый канал, 2016): в ней ведущий отправляется исследовать город по маршрутам, созданными телезрителями. При этом маршрут он получает в форме загадки. Так, в выпуске из Чикаго ведущему прислали несколько фотографий: картины Пикассо, кадр из фильма «Брат-2», фотографию пожарного гидранта и фасоли. Задача ведущего – понять, какой смысл несут эти фотографии, и отправиться в те места, которые с ними связаны. Элементы шоу-квеста присутствовали в программе «Как фишка ляжет» (2014) производства телеканала «Пятница!». В рамках шоу ведущие должны были ездить по странам и прокладывать свои авторские маршруты, отыскивая самые необычные места, достопримечательности и возможности для интересного экономного туристического отдыха, все это в режиме состязания.

Как мы видим, специфика трэвел-передач в том, что они представляют собой гибридные образования. Как отмечает А. А. Хлызова, в гибридных

---

<sup>51</sup> Ильченко С. Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые жанры и формы вещания. СПб.: Роза мира, 2006. С. 37.

жанрах характеристики и содержательно-формальные признаки классических жанров журналистики соединяются с приемами, методами, стратегиями шоу, игры, театрализованной постановки, концерта<sup>52</sup>.

Всевозможные игровые элементы присутствуют во многих современных трэвел-программах. Так, программа «Верю – не верю» (2015–2016) телеканала «Пятница!» содержит в себе элементы **игры-викторины**: в рамках формата ведущий рассказывает о пяти интересных и необычных традициях какого-то народа, предлагая зрителю угадать, какой из фактов – фейк. В программе «Проводник» («Пятница!») 2016–по наст. время) зрителю дается возможность ответить на вопрос от звездного соведущего и получить приз. Элементы шоу-соревнований присутствуют в программах «Орел и решка» («Пятница!», 2011- по н.в.), «Еда, я люблю тебя!» («Пятница!», 2014 –по н.в.), где ведущие тянут жребий, кто на какую сумму проведет свой уик-энд.

Исследователь А. А. Новикова выделяет **игры-симуляции**, как доминирующий игровой формат. Популярность шоу, в основе которых лежит любое перевоплощение, свидетельствует о склонности аудитории к отчуждению и раздвоению личности, которые она пытается преодолеть с помощью игр<sup>53</sup>. В основе трэвел-шоу «Блокбастеры» («Пятница!», 2014), в котором ведущие отправляются по маршрутам из популярных кинокартин и даже воссоздают сцены из фильмов, лежит игра-симуляция.

Таким образом, изучив игровые форматы, описанные С. Н. Ильченко и А. А. Новиковой, мы выделили те форматы игрового телевидения, элементы которых наиболее часто используются в единицах эфирного контента трэвел-журналистики:

- Игры-викторины («Проводник», «Верю – не верю»);
- шоу-соревнования («Орел и решка», «Еда, я люблю тебя»);
- Игры-симуляции («Блокбастеры»);

<sup>52</sup> Хлызова А. А. Обновление системы телевизионных жанров в современных медиаусловиях // Журналистский ежегодник, 2015. №4. С. 76.

<sup>53</sup> Новикова А. А. Игры современного телевидения как социокультурный феномен // Обсерватория культуры М.: Российская гос. библиотека, 2008. № 1. С. 44.

- Шоу-квесты («Как фишка ляжет», «Маршрут построен»).

Такие программы представляют собой трэвел-шоу и характеризуется внешними форматобразующими признаками: зрелищность, игровая направленность, упор на харизматичность ведущих. Рекордсменов по количеству программ в формате трэвел-шоу можно назвать программы, показанные на телеканале «Пятница!». В начале вещания телеканал позиционировал себя как развлекательный общего профиля. В эфире по большей части присутствовали юмористические программы и небольшая часть программ эфирного MTV Россия, но позже почти все они были закрыты, а телеканал переориентировался на показ программ о путешествиях, активном отдыхе, шопинге. С 2013 года на «Пятнице!» транслировалось тринадцать трэвел-шоу уникального формата, среди которых 14 сезонов популярной программы «Орел и решка».

Телепрограмма **«Руссо туристо»** (2015–2016) на телеканале СТС также сделана в формате трэвел-шоу. Цель ведущих программы – показать непопулярные, но удивительные места: интересные музеи, забавные достопримечательности. Молодая пара ведущих развенчивают мифы об отдыхе за границей, предлагая оригинальные маршруты путешествий. Ведущие отправляются в различные города мира (Берлин, Прага, Брюссель, Амстердам, Барселона и т.д.), чтобы проверить, насколько хороши местные красоты и достопримечательности, о которых пишут на сайтах и в путеводителях. Ведущие за небольшие деньги пытаются получить незабываемые эмоции.

Рассматривая новые формы и форматы в трэвел-журналистике, мы не можем не отметить тот факт, что телевидение подстраивается под общие тенденции развития мультимедийности. Исследователь А. А. Малькевич пишет о том, что формат телевидения неизбежно меняется, превращаясь из одностороннего канала подачи информации в интерактивную площадку<sup>54</sup>.

---

<sup>54</sup> Малькевич А. А. Влияние основных медийных и интернет-трендов на перспективы развития традиционного телевидения // Медиа в современном мире, петербургские

Чем больше растет интернет-аудитория, тем выше запрос на медиа, где зрители становятся активными участниками вещания, а не простыми наблюдателями. Понятие «интерактивности» занимает важное место в системе современных электронных СМИ. Интерактивность влияет на жанровую структуру телеконтента, способствуя появлению новых форматов. Исследователь В. Гатов говорит о том, что в эпоху Интернета аудиовизуальное произведение может заведомо быть интерактивным, включать обязательную реакцию аудитории, при этом жанр и формат работы журналистов постоянно модифицируется: *«Вчера автор мог воспользоваться Живым Журналом, а сегодня в его распоряжении 140 знаков твита, 450 знаков Facebookcaption и тэги Instagram»*<sup>55</sup>.

Особое внимание взаимодействию с аудиторией уделяется в программах, транслируемых на телеканале «Пятница!». Так, с появлением трэвел-шоу **«Орел и решка»** зрители-путешественники получили возможность найти специальный приз – бутылку со ста долларами, местонахождение которой узнавали из каждого нового выпуска программы. На сайте телеканала, а иногда и в выпусках программы публиковались фотографии счастливых с заветной бутылкой. В проекте **«Орел и решка. Шопинг»** была выбрана немного другая тактика – зрители в социальных сетях указывали, какой бы подарок номиналом меньше ста долларов они хотели бы получить, а ведущие во время съемок программы выбирали самый интересный вариант, и покупали его. Сейчас на «Пятнице!» идут премьерные выпуски трэвел-шоу **«Проводник»**, в котором ведущий Андрей Бедняков на пару с какой-нибудь медийной личностью (каждую программу они меняются) путешествует по разным странам. На сайте телеканал зритель может голосовать за любимого «проводника-звезду», а в конце каждого премьерного выпуска шоу «звездный проводник» задает

---

чтения, материалы 56-го международного научного форума 13-14 апреля 2017 г. Век информации, 2017. Т.2. С. 191.

<sup>55</sup> Гатов В. Будущее журналистики// Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 238.

телезрителю вопрос о себе. Первый зритель, кто дает правильный ответ на сайте телеканала «Пятница!», получает приз.

Интересный способ взаимодействия с аудиторией выбрали авторы программы «**Поедем, поедим!**» телеканала НТВ. Ведущий программы Джон Уоррен объявил конкурс, призом за победу в котором будет путешествие на двоих на четыре дня в Норвегию вместе с ведущим и съемки в программе «Поедем, поедим!». В премьерных выпусках программы телезрителям в эфире будут демонстрироваться фотографии из Норвегии, их задача – угадать, что за место им показали и как можно интереснее рассказать о нем в письме, которое надо отправить на электронный адрес программы. В каждом выпуске ведущий называет имя победителя промежуточного этапа, которому также достаются памятные призы.

Мы полагаем, что такие способы взаимодействия с аудиторией вносят разнообразие в форматы данных трэвел-шоу, вписывая дополнительные содержательные, организационные и технологические элементы в структуру каждой отдельной единицы эфирного контента.

С появлением Интернета в открытом доступе стали появляться и видеоматериалы о том, что остается за кадром во время съемок телепроектов: неудачные дубли, забавные моменты и все то, что не вошло в эфир. Такие видео всегда пользовались спросом у аудитории. Авторы некоторых телевизионных трэвел-проектов позаимствовали такую форму подачи материала и стали выпускать в эфир **специальные выпуски программ**, в которых присутствует дополнительная информация о съемочном процессе. Как считает автор данного исследования, такая форма подачи информации становится особенно успешной, когда трэвел-программа становится популярной. Так, когда программа «Орел и решка» уже завоевала популярность у аудитории, в 2014 году начали выходить специальные выпуски этого трэвел-шоу с общим названием «**Неизданное**». Каждый такой выпуск представлял собой рассказ о съемочном процессе программы, показ неудачных дублей и смешных моментов, а также не вошедшие в основной



эфир сюжеты. К примеру, в третьем выпуске «Неизданного» зрителю показывают один из сюжетов, который не вошел в 122-й выпуск программы про Исландию. *«В этой экстремальной программе было так много сюжетов, что за бортом осталось немало интересных и сказочных историй, например, эта, про эльфов»* – вот так подводит к дополнительному сюжету голос в закадровом тексте. Каждый выпуск «Неизданного» по хронометражу такой же, как все остальные выпуски «Орла и решки», и содержит материалы из разных поездок.

На сегодняшний день вышло девять выпусков «Неизданного». На официальном канале «Орла и решки» на Youtube количество их просмотров варьируется от 500 тысяч до 700 тысяч. Так как сейчас выходят премьерные выпуски сразу двух сезонов «Орла и решки», то видеозаписи в разделе «Орел и решка. Новости» на официальном канале Youtube постоянно обновляются видеозаписями съемочного процесса. Также на сайте телеканала «Пятница!» у программы «Орел и решка» существуют собственные разделы «Дневники Орел и решка. Рай и ад» и «Дневники Орел и решка. Перегрузка», где выкладываются фотографии во время съемок и некоторая информация и интересные моменты о предстоящих выпусках. На сайте телеканала НТВ у программы «Поедем, поедим!» существует раздел «Путешествия Джона Уоррена. Что осталось за кадром?», на сайте телеканала «Моя Планета» есть раздел «Не для эфира», где также выкладываются дополнительные видео со съемок программ. Использование такой формы подачи материала способно разнообразить уже существующие форматы.

Мы не можем не согласиться с И. Н. Кемарской, пишущей, что трэвел-программы – это беспроигрышный вариант телевизионного зрелища, позволяющие эффективно использовать потенциал приключенческой формулы: *«ведущий, автоматически становясь героем приключения, заведомо должен оказаться победителем, потому что иначе и быть не может. Тщательная подготовка экспедиции и последующий грамотный монтаж отснятых материалов превращают экстремальные события,*

*которые не могут не происходить в условиях малоцивилизованного мира, в забавное, слегка щекочущее нервы телевизионное зрелище»<sup>56</sup>.*

По мнению исследователя И. В. Показаньевой, в трэвел-программах есть две тенденции: выбор определенного контента с подборкой формата программы и перефокусировка внимания с местного населения на ведущих, часто знаменитостей – актеров, шоуменов, политических деятелей, бизнесменов<sup>57</sup>. Программы «Шнур вокруг света» (НТВ, 2006) о поездках по миру музыканта Сергея Шнурова, «Анфиса в стране чудес» (Ю, 2016) где Анфиса Чехова в качестве ведущей путешествует с супругом по Грузии, прежде всего, привлекают медийностью и узнаваемостью самих ведущих. Ведущий не только представляет собой проводника положительного настроения и отвечает за то, что зритель останется довольным программой, он становится средством привлечения внимания зрителя и попытки увеличения рейтинга проектов.

Рассмотрев в первой главе телевизионную продукцию с точки зрения жанров, форм и форматов, мы, в первую очередь, отмечаем вариативность и гибридность каждой единицы контента как внутри отдельной передачи, так и в общем контенте экранной трэвел-продукции. Жанры совершенствуются с точки зрения усиления авторского начала, форматы активно развиваются, разветвляются на виды и подвиды, включая в себя разнообразные игровые и зрелищные элементы. Что касается форм, то мы видим, что закрепились цикловые и сериальные передачи, которые способствуют формированию постоянной аудитории. Этому же способствуют различные формы интерактивности, заложенные как в содержание самой передачи, так и в использовании мультимедийных средств.

---

<sup>56</sup> Кемарская И. Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. №16. С. 66.

<sup>57</sup> Показаньева И. В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиaprостранства // Медиаскоп, №3, 2013, [электронный ресурс], URL: <http://www.mediascope.ru/node/1385>. Дата обращения: 10.05.2017.

## Глава II. Тематические направления телевизионной трэвел-журналистики

### 2.1 Тематический диапазон трэвел-программ этнографической направленности

В предыдущей главе мы говорили о большом удельном весе темы путешествий на телеэкране. Мы не можем не упомянуть, что сейчас существует множество специализированных телеканалов, посвященные тематике путешествий: «Моя Планета», «Телепутешествия», «Russian Travel Guide», «Discovery HD Showcase», «Travel-adventure», «Travel Channel», «National Geographic Channel», «Animal Planet», «Русский Экстрим» и т.д. Цифровой тематический телеканал «Моя Планета», появившийся в 2009 году уже в 2013 году обогнал в российском телеэфире все иностранные каналы о путешествиях, включая Discovery<sup>58</sup>. В декабре 2016 года телеканал «Моя Планета» занял пятое место в рейтинге тематических телеканалов России по количеству аудитории, его смотрели 18843 тысячи человек<sup>59</sup>. Все это свидетельствует о популярности тематики путешествий.

Уже по концепциям некоторых каналов можно говорить о тематике и функциональной направленности их передач: телеканал «Пятница!» характеризует себя как развлекательный, «Моя Планета» как познавательный. Классификация по функциональной направленности, на наш взгляд, получилась бы слишком узкой. Кроме того, как мы уже увидели, современная трэвел-журналистика все больше тяготеет к развлекательному контенту, отодвигая познавательную функцию на второй план: даже в познавательных телепрограммах большую роль играет рекреативная функция.

---

<sup>58</sup> «Моя Планета» опередил «Discovery» // [электронный ресурс], URL: [http://2.russia.tv/article/show/article\\_id/1101](http://2.russia.tv/article/show/article_id/1101). Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>59</sup> Рейтинги телеканалов // [электронный ресурс], URL: [http://www.brandmedia.ru/serv\\_\\_idP\\_51\\_idP1\\_68\\_idP2\\_2425.html](http://www.brandmedia.ru/serv__idP_51_idP1_68_idP2_2425.html). Дата обращения: 10.05.2017.

Современная экранная трэвел-продукция в тематическом плане настолько разнообразна, что практически каждая передача может претендовать на свою собственную тематическую оригинальность и уникальность. Проанализировав телевизионный трэвел-контент, автор дипломного сочинения, с большой оговоркой, формально, выделил три основные группы (и соответственно, три параграфа), в которых можно объединить те или иные тематические направления. В первый раздел этой классификации мы включили изначальную, исторически сложившуюся, традиционную для трэвел-журналистики и очень широкую тему – этнографическую. Во второй раздел вошли передачи с темами-трендами, которые популярны сегодня. Третий раздел представлен оригинальными, уникальными трэвел-проектами. В каждом из тех разделов мы выстраивали внутреннюю классификацию уже по тематическому признаку.

Классической для трэвел-журналистики можно назвать **этнографическую тематику**. В этнографических программах на первый план выносятся быт и культура того или иного народа, а также географические особенности местности, которую он населяет. Российский историк и этнолог В. А. Тишков в своей книге приводит определение этнографии, как отличительного метода производства знания об обществе, основанного на прямом контакте и даже соучастии (включенное наблюдение, участвовавшее наблюдение) с целью наиболее детального изучения малых сообществ и других социальных групп и коалиций<sup>60</sup>. Исследователь И. Н. Блохин говорит об этнографической журналистике, как о журналистике о жизни и культуре экзотических и реликтовых народов<sup>61</sup>. Мы в своей работе этнографическую тему рассматриваем шире, включая особенности жизни любых наций, а не только реликтовых. Такая журналистика социально

---

<sup>60</sup> Тишков В. А. Реквием по этносу: исследования по социально-культурной антропологии. М.: Наука, 2003. С. 36.

<sup>61</sup> Блохин И. Н. Этнологическая культура журналиста // Вестник С.-Петербург. ун-та, 2008, вып. 2, ч. 2, [электронный ресурс], URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/etnologicheskaya-kultura-zhurnalista>. Дата обращения: 10.05.2017.

значима и несет не просто познавательную функцию, а является рычагом воспитания толерантности к другим народам и их традициям.

Проанализировав контент отечественной телевизионной трэвел-журналистики, автор данного исследования выявил несколько востребованных тематических направлений, относящихся к этнографическим отечественным телепутешествиям: путешествия по России, путешествия по миру и программы с более узкими целями, основная цель путешествий в которых - изучение менталитета и традиций разных народов.

**Культурному наследию России** часто посвящаются документальные фильмы и циклы. В таких телевизионных проектах как «Чудеса России» (Россия 2, 2013), «Заповедная Россия» (Россия 2, 2013), «Тайны Большого Золотого кольца России» (Россия К, 2012), «Россия. Гений места» (Россия 1, 2014-2015) рассказывается об уникальных природных и рукотворных памятниках, местах, сыгравших важную роль в становлении нашего государства. При этом зрителю показывают не только известные достопримечательности, но и те места, о которых мало кто знает. Так, в центре внимания документально-публицистического цикла «Письма из провинции» (Россия К, 2003 –по н.в.) – культурная наполненность жизни провинциальной России, рассказ о маленьких городках и деревнях идет через призму восприятия их коренных жителей.

В сериях фильмов-путешествий «Остров Крым» (Первый канал, 2014) известные медийные личности путешествуют по полуострову и рассказывают о его истории, природе, достопримечательностях. Каждая серия фильма посвящается либо какому-то городу, либо знаковым событиям. Так, например, Леонид Якубович путешествует по полуострову «дорогами победы» и рассказывает о Севастополе в военные годы.

В основном, такие документальные телефильмы о путешествиях по России носят позитивный характер и выполняют не только просветительскую, но и пропагандистскую функцию. Они способствуют

поднятию патриотизма, нацелены на улучшение имиджа страны и пиар отечественных направлений туризма.

Своими **путешествиями по миру** прославился Михаил Кожухов, ведущий телепроектов «В поисках приключений» (2002 –2006), «Далеко и еще дальше» (2010), «Охота к перемене мест» (2010). В качестве ведущего трэвел-программ он объездил множество стран, в том числе самые экзотические места планеты. В одном из интервью Михаил Кожухов рассказал, что для него *«самое интересное – попасть туда, где еще сохранились следы великих цивилизаций: Перу или Мексика, с живущими там потомками инков, ацтеков или майя, где самобытность, а не глобальные бренды»*<sup>62</sup>. В своих программах Михаил Кожухов знакомит зрителей с древними традициями, профессиями, обычаями разных народов: от проводов сербской масленицы до ритуалов вуду в Западной Африке. Все это свидетельствует о яркой этнографической направленности его проектов. При этом как-то Михаил Кожухов признался, что путешественником себя не считает: *«Я журналист, может быть, отчасти этнограф. Путешественниками были великие первопроходцы»*<sup>63</sup>.

Еще одним ярким примером трэвел-программы этнографической направленности можно считать программу **«Мир наизнанку»** (с 2015 по н.в.), авторский проект Дмитрия Комарова. На сегодняшний день отснято восемь сезонов программы, каждый из которых представляет собой серию фильмов, посвященных какой-либо отдельно взятой стране или географическому региону. Съёмочная группа программы «Мир наизнанку» побывала в Камбодже, Индии, Непале, Боливии, Вьетнаме, Мексике, на Кубе и в нескольких африканских странах. Программа показывает жизнь, привычки, обряды, работу, национальные особенности народов этих стран.

<sup>62</sup> Телеведущий Михаил Кожухов // [электронный ресурс], URL: <http://newizv.ru/news/culture/22-03-2013>, Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>63</sup> Царева О. Михаил Кожухов: «Россия красивая, но не очень телегеничная» // [электронный ресурс], URL: <http://www.aif.ru/tvgid/article/57912>. Дата обращения: 10.05.2017.

Путешествие по одной стране продолжается по несколько месяцев, а съемочная группа, которая состоит из ведущего, оператора и иногда переводчика показывает зрителю не туристические стороны региона, а самобытную культуру местных жителей. Некоторые выпуски программы снимаются на фотоаппарат, что связано с тем, что бывает сложно получить разрешение на съемку, а небольшая аппаратура помогает выглядеть просто туристами. «Нам проще затеряться и затесаться под местных» - рассказал Дмитрий Комаров в одном из интервью<sup>64</sup>.

В путешествии по Латинской Америке Дмитрий Комаров побывал в долине Виньялес на Кубе, где местные жители показали, как выращивать и сушить лучший в мире табак, познакомился с тайным ритуалом афро-кубинской религии, побывал на закрытом ритуальном жертвоприношении, прокатился на машине Фиделя Кастро. В Боливии ведущий оказывается в трущобах боливийской столицы, наблюдает за колдовскими ритуалами, бывает на священной службе с черепами, пробует поработать на плантациях.

В документальном цикле «**Редкие люди**» (Моя Планета, 2014) акцент делается на рассказе об уникальных народах России, численность которых иногда не превышает и нескольких сот человек, но у которых сохранились древние верования, традиции и язык. Этот проект о таких народах России, как дигорцы, басермяне, вепсы и о других, которые не ассимилировали и сохранили свои традиции. Такой же подход документальный многосерийный фильм «**Тюрки России**» (2012), в котором съемочная группа отправляется по местам расселения народа тюрков (в Чувашию, Дагестан, на Алтай и т.д.) и исследует их обычаи и традиции, общается с различными учёными, экспертами и носителями этой культуры.

Передача «**Их нравы**» уже своим названием заявляет тематическую направленность. Авторы программы делали акцент не на исторических, архитектурных или природных достопримечательностях, а на самих людях.

---

<sup>64</sup> Дмитрий Комаров: Путешествие Туда и Обратно // [электронный ресурс], URL: <https://mediananny.com/reportazhi/22464>. Дата обращения: 10.05.2017.

Российский исследователь-этнограф М. И. Буянов в своей книге «Нравы» пишет: *«В качестве научного консультанта я посетил с их съемочной группой Судан, Ливию, Эквадор и еще несколько стран. «Их нравы» – не история, не география, не путеводитель, а только нравы – социальные, национальные, общечеловеческие, бытовые»*<sup>65</sup>. Репортеров программы интересовали люди: торговцы, ремесленники, жители беднейших кварталов, те, кто ходит на рынки, в храмы, кто совершает обряды, проводит религиозные церемонии и т.д. Этот контент составляет большую часть снимаемых материалов. Каждая программа обычно состояла из четырех сюжетов о жизни в разных странах, которые дополнялись комментариями ведущего Дмитрия Захарова.

В телепрограмме «*Леся здесь*» («Пятница!», с 2016) ведущая Леся Никитюк путешествует по разным странам и знакомится с местными мужчинами, изучая особенности их менталитета. Телеканал «Пятница!» называется передачу «самым откровенным гидом по мужчинам мира», обещая зрителям программы ответить на вопросы, в каких странах стоит искать романтиков, аристократов, самых заботливых супругов. *«Пристрастный путеводитель по мужчинам всех стран представит самые достоверные факты об иностранных темпераментах и покажет, где найти идеального мужчину по любым запросам!»* – говорится в описании проекта<sup>66</sup>.

Так, в выпуске из Барселоны Леся Никитюк узнаёт, что каталонцы привыкли к инициативе со стороны женщин, ищет лучшие места для знакомства, катается на роликах по набережной в компании иностранцев и выясняет, чем отличаются испанцы от каталонцев, во сколько они женятся, насколько ценят родителей и прочее. В Париже ведущая знакомится с творческой богемой, в Женеве – познает нравы швейцарцев и приходит к выводу, что именно швейцарские мужчины (надежные, как часы) будут

---

<sup>65</sup> Буянов М.И. Нравы. М.: Российское общество медиков-литераторов, 2010. С. 3.

<sup>66</sup> Официальный сайт телеканала «Пятница!» // [электронный ресурс], URL: <https://lesya-zdesya.friday.ru/>. Дата обращения: 10.05.2017.



стараться создать максимально комфортные и одновременно предсказуемые семейные отношения. Можно сказать, что это развлекательное трэвел-шоу направлено на развенчивание или наоборот подтверждение мифов о характере жителей развитых стран в легкой манере подачи.

В некоторых трэвел-программах основной акцент делается на каких-то определенных традициях того или иного народа. Так, идея шоу **«Свадебный генерал»** (Россия 1, 2014) заключается в том, что ведущий Сергей Белоголовцев путешествует по городам России и участвует в организации свадьбы в традиционном стиле, параллельно рассказывая обо всех тонкостях свадебных обрядов и церемоний народов, населяющих нашу страну. В программе мы не только знакомимся со свадебными традициями, главными героями в каждом выпуске становятся молодожены, история любви которых рассказывается зрителю. Похожая идея у программы **«#ЖаннаПожени»** («Пятница!», 2015-2016), в которой ведущая Жанна Бадоева организует свадьбы для влюбленных в разных уголках мира. В программе показывается, как будет выглядеть и сколько будет стоить традиционная свадебная церемония в Мексике, Армении, на Бали или, к примеру, на Кубе. Эти два шоу, возможно, не совсем относятся к трэвел-журналистике, но, тем не менее, на наш взгляд, затрагивают этнографическую тематику путешествий, поэтому имеют право на упоминание в данной категории.

**Танцу**, как неотъемлемой части культуры, посвящена телепрограмма **«Танцующая планета»** (Моя Планета, 2013 –2014). Ведущий программы хореограф Александр Пухов в каждом выпуске изучает новый танец, отправляясь на его родину. В Ирландии разучивается степ, в Новой Зеландии знакомит зрителя с танцем хака, в Аргентине танцует танго.

Мы можем говорить о разнообразии внутри этнографической тематики отечественной трэвел-журналистики: это путешествия и внутри страны, и по миру, и программы, делающие конкретный упор на изучение традиций и менталитета разных народов. При необходимости, можно было бы еще расширить данную классификацию. Тематически разнообразны и программы

о нациях и народах: телепроект «Люди воды» (Моя Планета, 2014) посвящен морякам и рыбакам России, а телепрограмма «Люди силы» (Моя Планета, 2014) делает акцент на тех народах мира, которые обладают мистическими способностями. Но объем дипломной работы не позволяет охватить все специализированные темы, и автор данного исследования полагает, что все эти специализированные темы уместятся в одну обширную этнографическую тематику трэвел-программ.

## 2.2 Популярные тематики телевизионной трэвел-журналистики

Прежде чем поговорить об основных, трендовых, темах в трэвел-журналистике, хочется обозначить принцип, по которому мы выбрали для примеров описанные ниже программы. Так как тематики, о которых мы поговорим в данном параграфе, могут дополнять друг друга, а их содержательные элементы могут присутствовать и в уже описанной нами этнографической тематике, мы посчитали необходимым в качестве примеров описывать программы, в которых определенная тема становится доминирующей по отношению к другим.

В связи с тенденцией 21 века – развития в обществе потребительского отношения к жизни, современные СМИ превращаются в медиа, главная задача которых – обслуживание потребителя. Исследователь М. Г. Шилина пишет: *«Медиа претерпевают изменения и как сдвоенный рынок информации и услуг»*<sup>67</sup>. Это приводит к массовому возникновению телепередач потребительского (прагматического) характера. Исследователь Е. П. Почкай отмечает, что *«в передачах прагматико-познавательного направления акцент сделан на ценностном аспекте информации»*<sup>68</sup>. Можно предположить, что прагматическо-познавательные передачи становятся

<sup>67</sup> Шилина М. Г. Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций. // Медиаскоп, 2009. №3, [электронный ресурс] URL: <http://mediascope.ru/node/404>. Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>68</sup> Почкай Е. П. Потребительская тележурналистика. // Журналистика сферы досуга: учебное пособие, СПб.: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2012. С. 188.

вспомогательными инструментами в организации гармонизации жизни человека, улучшения его жилищных условий, а также образа жизни.

С развитием туризма трэвел-журналистика становится глобальным медиа-продуктом, поэтому особенно важно отметить отражение коммерческой составляющей в материалах. Активное развитие **потребительской журналистики** дает нам право выделить ее в отдельную, связанную с консьюмеризмом, тематику, которая стала очень популярной на телеэкране и вообще в СМИ.

Особенность таких программ в том, что они дают информацию справочного характера: где дороже/дешевле переночевать, поесть, какой транспорт выгоднее выбрать. Программы такого вида превращаются из программ о путешествиях в программы о туризме. В титрах таких программ авторы довольно часто выражают благодарность министерству культуры и туризма той страны, в которой они побывали. Программы «Орел и решка», «Орел и решка. Шопинг», «Мировой рынок» являются примерами прагматических телепрограмм.

В программе «**Мировой рынок**» (Моя Планета, 2014 –2016) ведущий Александр Пряников путешествует по мировым рынкам, ищет необычные и удивительные вещи на прилавках, узнает секреты успешной торговли у продавцов. В конце программы ведущий традиционно описывает главные «правила поведения» рынка, на котором побывал. Это такие правила, как «не стройте из себя эксперта», «наслаждайтесь местными рыбными деликатесами», «изучайте регионы», «в течение дня цены не меняются» и прочее. В выпусках «Мирового рынка» существует интересная прагматичная рубрика «индекс борща», где составляется рейтинг из пяти городов, где дешевле всего будут стоять ингредиенты на трехлитровую кастрюлю этого супа. *«Так мы наглядно показываем уровень цен в той или иной стране мира. Для объективности подсчета стоимость каждого ингредиента высчитывается в граммах»* – объясняет ведущий программы. Так, на момент выхода выпуска программы из Баку, выясняется, что именно в Баку борщ

будет стоить дешевле всего – 370 рублей. Интересна и фраза, которую ведущий часто повторяет из выпуска в выпуск: *«В данную минуту миллионы людей что-то продают и покупают, а значит, мне надо туда!»*.

**«Орел и решка. Шопинг»** – самостоятельный и параллельный проект с программой «Орёл и решка», который вышел в 2014 году на телеканале «Пятница!». В начале программы ведущие подбрасывают монетку и решают, кто будет совершать покупки на 100 долларов, а у кого будет неограниченный бюджет. Во время сюжетов ведущие называют названия магазинов, рынков и кафе города, в котором находятся, и рассказывают о стоимости той или иной вещи. Помимо шопинга в бутиках, дорогих ателье и салонах, ведущие очень часто они ищут что-то эксклюзивное и необычное, наведываются в дизайнерские магазины мебели, покупают экспонаты современного искусства, ищут дешевые и оригинальные сувениры на местных рынках. С первого сезона программы существует рубрика «Секрет от местного». В ней местный житель рассказывает о необычных достопримечательностях и местах, которые не найти в путеводители. С третьего сезона у «Орла и решки. Шопинг» появилась традиция: с помощью социальных сетей зрители могут заказывать подарки у ведущих, если их стоимость не превышает ста долларов. Во время выпуска ведущий, у которого при себе золотая карта, выбирает самый оригинальные запрос телезрителя и покупает эту вещь ему в подарок.

В программе **«Орел и решка»** (с 2011 по н.в.) ведущие выступают в роли неких туристов-экспертов: они оценивают качество предоставляемого им жилья или питания, высказывая, порой, негативное мнение даже о дорогих ресторанах, дают советы о том, стоит ли тратить деньги на те или иные экскурсии и развлечения. Главная особенность программы «Орел и решка» в том, что они указывают стоимость предоставленных услуг. Этот формат отличается от большинства форматов трэвел-программ и предполагает отсутствие возможности оставаться актуальным на протяжении десятилетий. Новый сезон программы «Орел и решка» носит название

«Перезагрузка», в котором ведущие отправляются в города, которые уже были представлены в первых сезонах программы. При этом основная цель ведущих не просто показать новые места, а в первую очередь, продемонстрировать актуальные ценовые изменения.

Говоря о потребительской тематике, некоторые исследователи относят к ней и кулинарные путешествия. Так, Т. Ю. Редькина пишет об отражении консьюмеристкой модели поведения в трэвел-журналистике следующее: *«В качестве источника удовольствия и положительных впечатлений о стране часто выступает возможность попробовать что-нибудь вкусное, купить что-нибудь красивое, получить необычную услугу, что отражает существование таких секторов индустрии туризма, как гастрономический (кулинарный) туризм, шоп-туризм, спра-туризм»*<sup>69</sup>.

Мы согласны с тем, что кулинарные путешествия могут являться одной из составляющих прагматической трэвел-журналистики, что связано, прежде всего, с понятием гастрономического туризма. Однако, на наш взгляд, возникновение программ, ставящих на первый план познания культуры и традиций стран именно через призму кулинарных традиций, дает нам основания выделить **кулинарную тематику** отдельно от прагматической.

Как мы уже говорили, усиление внимания к кулинарной тематике в трэвел-журналистике обуславливается появлением такого явления, как «гастрономический туризм». Это направление стало развиваться в начале 21-ого века. С помощью гастрономического туризма путешественник получает представление о той или иной стране через традиционную кухню. Мы не можем не согласиться со словами трэвел-журналиста Марины Мироновой, которая пишет: *«Еда для гастрономического туриста в последнюю очередь категория физиологии, а в первую – категория культуры. Контекст традиционной кухни – история и религия, экономика и политика, обычаи,*

---

<sup>69</sup> Редькина Т. Ю. Средства реализации развлекательной функции в трэвел-тексте// Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2011. №4. С. 217.

*легенды и прочие факторы, формирующие уникальную идентичность страны или региона»<sup>70</sup>.*

Можно долго перечислять все те телепрограммы о путешествиях, где, так или иначе, присутствует кулинарная тематика. Мы же поговорим о тех программах, в которых кулинарная тематика выносится на передний план, оттесняя тем самым прагматическую составляющую.

**«Поедем, поедим!»** (НТВ, 2012-по н.в.) – культурно-познавательное трэвел-шоу, в котором ведущий Джон Уоррен путешествует по городам, деревням России (а позже и других стран) и знакомится с рецептами традиционных блюд. Англичанин говорит на русском языке, общается с местными, узнает национальные рецепты блюд и готовит вместе с ними. Ведущий готовил кадур в Южной Осетии, и пробовал варенье из чеснока, тесто из крапивы на Кипре, кебаб из медвежатины в Кемеровской области. Программа выходит с 2012 года, изначально формат программы предполагал путешествия по России: Великий Устюг, Бураново, Тула, Воронеж, Сочи. Но уже с 2014 года мы можем увидеть выпуски программы, где ведущий летает на воздушном шаре и занимается дайвингом в Египте, готовит салат из тунца и попадает на карнавал на лазурном берегу Франции в Ницце, а также делает свой фирменный пудинг в Лондоне. *«Это увлекательная и вкусная экспедиция по всему миру»* – так характеризуют программу на официальном сайте телеканала НТВ<sup>71</sup>. В 2016 году по итогам народного голосования передача «Поедем, поедим!» стала победителем ежегодной премии журнала National Geographic Traveler Awards в номинации «Лучшая программа о путешествиях». Она обошла такие проекты, как «Орел и решка», «Человек и мира», «Их нравы»<sup>72</sup>.

---

<sup>70</sup> Миронова М. Еда без границ. Правила вкусных путешествий. М.: Альпина Паблишер, 2016. С. 3.

<sup>71</sup> Официальный сайт телеканала «НТВ» // [электронный ресурс], URL: [http://www.ntv.ru/peredacha/poedem\\_poedim/about/23960/](http://www.ntv.ru/peredacha/poedem_poedim/about/23960/). Дата обращения: 10.05.2017.

<sup>72</sup> «Поедем, поедим!» на НТВ признан лучшей программой о путешествиях // [электронный ресурс], URL: <http://www.ntv.ru/novosti/1695496/>. Дата обращения: 10.05.2017.

В отличие от проекта «Поедем, поедим!», программа **«Планета вкусов»** (Моя Планета, с 2013) полностью посвящается кулинарной тематике. Ведущий Антон Зайцев путешествует по разным странам в поисках оригинальных рецептов блюд, которых не найти в кулинарной книге. С 2013 года в эфир вышло более 40 выпусков программы. За это время ведущий успел попробовать червивый сыр в Сардинии, нашел рецепт, которому более 5000 лет в Казахстане, поймал рыбу, способом, описанным в Библии, в Израиле, обсудил любимые блюда с мэром Салерно в Италии, охотился с копьем на акул на краю Марианской впадины, посетил Октоберфест в Германии. Из каждой поездки ведущий Антон Зайцев старается привезти какой-нибудь местный рецепт блюда. Так, в Сардинии ведущий вместе с известным итальянским шеф-поваром делает особый томатный соус, в Сиднее печет торт «Павлова», в Батуми готовит рыбное угощение «Пихта» на большую компанию. Такие рецепты блюд, которые не слишком сложные и которые смогут приготовить и зрители, показывают обычно в конце программы. Сначала ведущий с поваром в формате живой съемки готовят блюдо, параллельно обсуждая тонкости рецепта, а после на закадровом тексте и с соответствующим видеорядом зрителю еще раз повторяется пошаговая инструкция для их приготовления. Телеканал «Моя планета» характеризует гастрономическое путешествие Антона Зайцева как *«уникальную смесь документального фильма с элементами телекухни»*<sup>73</sup>.

Трэвел-шоу **«Еда, я люблю тебя!»** – это совместный проект телеканала «Пятница!» и сайта «Афиша-Еда». Программа вышла в 2015 году, на сегодняшний день в эфир выходит пятый сезон программы. На официальном сайте телеканала «Пятница» программу «Еда, я люблю тебя!» описывают, как первое кулинарное трэвел-шоу и лучший путеводитель по самым

---

<sup>73</sup> Официальный сайт телеканала «Моя Планета» // [электронный ресурс], URL: [https://www.moya-planeta.ru/projects/view/planeta\\_vkusov\\_1138/](https://www.moya-planeta.ru/projects/view/planeta_vkusov_1138/). Дата обращения: 10.05.2017.

необычным, аппетитным, вкусным достопримечательностям по всему миру<sup>74</sup>. Ведущие проекта – певец Владимир Дантес, а также комики Эдуард Мацаберидзе и Николай Камка. Формат шоу включает в себя элемент игры. Трое ведущих по приезде в новый город сначала отправляются в ресторан, где они тянут жребий, который решает, кто из ведущих будет обедать в дорогих ресторанах с неограниченным бюджетом, кто будет искать лучший уличный фастфуд, а кому придется самостоятельно готовить блюдо национальной домашней кухни в семье местных жителей. Перед жеребьевкой у ведущих берут интервью касательно того, в какие условия они хотели бы попасть. За время существования программы у каждого ведущего уже сложились свои предпочтения. Так, в выпуске с Коста-Рики ведущий Эдуард Мацаберидзе говорит: *«Не знаю, куда бы я хотел попасть, но точно не в семью. Потому что человек, который отправляется в семью, как правило, видит меньше остальных»*.

Ведущие программы уже совершили европейский, российский, северо-американский гастротур. В конце выпуска программы ведущие подводят итоги: делятся друг с другом впечатлениями, считают, кто сколько потратил на еду и проходят определенное испытание, в случае невыполнения которого проигравшего ждет наказание. Так, в выпуске из Гватемалы ведущим пришлось обходить фонтан с корзиной фруктов на голове. Никто не справился с этим испытанием, и все трое отправились отбывать наказание: целый день они провели на кофейной плантации, собирая кофе. Иногда в конце программы нам показывают студийные съемки ведущих вместе с шеф-поваром за готовкой традиционных блюд из страны, в которой они побывали.

Отдельно хотелось бы выделить **экстремальную тематику** телевизионных трэвел-передач, которая связана с понятием приключенческого туризма. Как отмечает А. В. Бабикин, *«приключенческий*

---

<sup>74</sup> Официальный сайт телеканала «Пятница!» // [электронный ресурс], URL: <https://eda.friday.ru/>. Дата обращения: 10.05.2017.



*туризм – это вид туризма, который объединяет все путешествия, связанные с активными способами передвижения и отдыха на природе, имеющие целью получения новых ощущений, впечатлений»*<sup>75</sup>. Разновидностью приключенческого туризма является экстремальный туризм, который прочно вошел в формат некоторых телевизионных программ.

Исследователь Е. П. Почкай пишет об экстремальном телевидении, как о телевидении «в адреналиновой упаковке», связывая это с тем, что «*негативные эмоции, вызванные экстремальной ситуацией, включают эндокринную систему, выбрасывая в кровь адреналин»*<sup>76</sup>. Экстремальная трэвел-журналистика связана с такими понятиями, как риск и опасность. В таких программах зритель в наглядной форме может получить своеобразные инструкции по правилам поведения и выживания в экстремальных условиях. Один из приемов создания телевизионных передач экстремальной тематики – это моделирование экстремальных ситуаций. Е. П. Почкай выделяет два вида таких программ: *добровольно-принудительный экстрим и принудительный экстрим*<sup>77</sup>. В программах первого вида участники знают, что им заготовлены испытания, герои программ из второй категории не подозревают, что их ждут какие-то экстремальные задания. Подобное разделение характерно и для трэвел-журналистики. Так, к первой категории мы относим программы, которые изначально носят экстремальный характер и построены на преодолении себя в экстремальных маршрутах. Об этих программах мы поговорим поподробнее. Ко второй категории мы бы отнесли программы, основная тематика которых изначально не подразумевает экстрим, но в которых ведущим приходится по независящим от них обстоятельствам оказываться в экстремальных для себя условиях. Так, часто в программе

---

<sup>75</sup> Бабикин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону.: Феникс, 2008. С. 252.

<sup>76</sup> Почкай Е. П. Телевидение в адреналиновой упаковке или экстремальное на телеэкране. // Журналистика сферы досуга: учебное пособие, СПб.: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2012. С. 220.

<sup>77</sup> Почкай Е. П. Телевидение в адреналиновой упаковке или экстремальное на телеэкране. // Журналистика сферы досуга: учебное пособие, СПб.: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2012. С. 221.

«Орел и решка» ведущим приходится испытывать на себе всевозможные экстремальные виды спорта: прыгать с мостов, небоскребов, тарзанок, купаться в ледяных источниках, даже если им этого не хочется. В одном из сезонов ведущий Андрей Бедняков так и не смог прыгнуть с башни в Макао, не смотря на уговоры инструктора и продюсеров. Спустя несколько сезонов это же самое испытание пришлось проходить ведущей Лесе Никитюк, которая, несмотря на страх, все же смогла себя преодолеть.

К виду добровольных экстремальных путешествий можно отнести телевизионные проекты, в котом участвует Тимофей Баженов. Экстремальная тематика стала неотъемлемой частью телепрограмм **«Рейтинг Баженова»** на телеканале «Моя Планета». В циклах «Человек для опытов»(2013 год), «Могло быть хуже» (2013 год), «Могло быть еще хуже»(2015 год), «Дикарь» (2016 год) Тимофею Баженову приходится не просто путешествовать по экстремальным маршрутам, но и оказываться в непривычных для обычного человека условиях. Так, в циклах «Могло быть хуже» и «Могло быть еще хуже» целью Тимофея Баженова было выбраться из условий, в которые его помещали сценаристы программы. Это могла быть цистерна, вывезенная в лес или выгребная яма, как-то ведущий оказался закопанным в пустыне.

Цикл **«Дикарь»** (с 2016 по н.в.) на сайте телеканала «Моя Планета» характеризуют, как “пособие по внутрироссийскому дауншифтингу”:  
*«Программа представляет собой развлекательное экшен-шоу с образовательным потенциалом, преследует цель патриотического воспитания зрителя. Видеоучебник по приемам выживания в экстремальных ситуациях, демонстрация верных и неверных поступков и их последствий»<sup>78</sup>.*

В этом проекте Тимофей Баженов демонстрирует телезрителям различные способы того, как можно выжить в диких условиях. Ведущий учит, как соорудить лодку, имея только веревку, топор, скотч и пищевую

---

<sup>78</sup> Официальный сайт телеканала «Моя Планета» // [электронный ресурс], URL: <https://www.moja-planeta.ru/bazhenov/>. Дата обращения: 10.05.2017.

пленку, рассказывает, как ориентироваться в горной местности, что делать в случае попадания в лавину, учит строить «походную баню».

Программа **«Мир наизнанку»** также позиционирует себя, как экстремальное трэвел-шоу. Так, в девятой серии боливийского сезона «Мира наизнанку» съемочная группа занялась восхождением на гору УайнаПотоси, вершину горной цепи Кордильеры Реаль высотой в 6 088 метров. *«Первая попытка взойти на УайнаПотоси была предпринята в 1877 году, группой из шести немцев. Они, как следует, не подготовились, о горе толком ничего не знали, и, как следствие, все закончилось трагически. Четверо погибли чуть выше того места, где мы идем сейчас»* – рассказывает во время стендапа ведущий, подчеркивая опасность данного маршрута. Экстремальным вышел последний, восьмой, сезон «Мира наизнанку» о путешествии по Непалу. В этом сезоне съемочная группа чуть не стала жертвами авиакатастрофы. Во второй серии цикла съемочная группа должна была лететь на самолете в запретное королевство Мустанг на границе с Тибетом, но в последний момент Дмитрий Комаров решил поехать на автомобиле и потратить на путь не несколько часов, а несколько дней. Из-за ухудшения видимости, самолет, на котором должна была лететь съемочная группа, разбился в Гималаях. Дмитрий Комаров остановил экспедицию и примкнул к группе спасателей, чтобы найти выживших. *«Вот так вот друзья. Мы с Сашей сидим, смотрим на разбитый самолет и думаем об одном и том же, что могли находиться в нем. Слава Богу, спасибо ангелам-хранителям. Ужасно»* – комментирует событие ведущий, наблюдая за тем, как спасатели выносят тела. Во время путешествий по Непалу съемочная группа также находилась в экспедиции на гору Эверест. Во время восхождения оператор повредил ногу, а сам Дмитрий Комаров подхватил горную болезнь, из-за чего экспедицию пришлось прекратить, а ведущему потребовалась срочная медицинская помощь. Позже съемочная группа все же добралась до вершины горы Айленд-пика.

Тема программы **«Опасные гастроли»** («Пятница!», 2016) – **путешествия по опасным маршрутам**. Ведущие Жанна Бадоева и Вова

Мясо отправляются в самые злачные места европейских городов. Так, в Берлине Жанна Бадоева посещает порно-отель, дешевые секонд-хенды, тайский нелегальный рынок. В выпуске из Мадрида ведущие наведываются к цыганам, в притон за пикантным массажем, в Риме – оказываются в месте, где им приходится платить за то, чтобы их оскорбляли и ругали итальянским матом. *«О таких достопримечательностях не слышал ни один приличный человек. Подобные сувениры не привозит домой ни один путешественник. Этих развлекательных мест нет ни в одном путеводителе...»* – так говорится о программе на сайте телеканала «Пятница!»<sup>79</sup>.

Название нового 13-го сезона программы **«Орел и решка»** обозначает основную тематику сезона – **«Рай и ад»**. Ведущие Леся и Регина путешествуют по самым прекрасным и самым ужасным уголкам планеты. О райских маршрутах мы здесь говорить не будем, это скорее относится к потребительской тематике. Но в адских местах путешественницы попадают в экстремальные условия. Например, в выпуске из Калькутты ведущие оказываются в настоящих трущобах, наблюдают за ужасающими ритуалами, бродят вдоль берега самой грязной реки города.

Говоря об экстремальной тематике трэвел-журналистики, стоит также упомянуть спортивно-развлекательный телеканал **«Русский Экстрим»**. Сетка вещания данного телеканала состоит из программ об экстремальных видах спорта, путешествиях, активном образе жизни. Телеканал транслирует чемпионаты мира по клиффдайвингу, мотофристайлу, фрирайду, дрифтингу, мотозэндуро, программы и документальные фильмы, посвященные сноуборду, скейтборду, маунтинбайку, BMX, альпинизму, всем видам водного экстрима. Так, в выпусках программы **«Уроки экстрима»** рассказывается о скалолазании, парашютизме, **«Русские вперед»** – программа о соревнованиях и рекордах в экстремальных видах спорта.

---

<sup>79</sup> Официальный сайт телеканала «Пятница!» // [электронный ресурс], URL: <https://dangerous-tour.friday.ru/>. Дата обращения: 10.05.2017.

Следующая трендовая тематика, которая, по мнению автора данного исследования, заслуживает особого внимания, это **анималистическая**. Первая анималистическая программа на отечественном телевидении – это студийная, созданная в журнальной форме, программа «В мире животных». Выйдя в эфир в 1968 году, на сегодняшний день насчитывается более 1318 выпусков программы. Программа посвящена повадкам животным, их среде обитания, зоологии в целом. С 1977 года программу ведет ученый-зоолог Николай Дроздов.

На канале «Россия» в 1994 году появилась программа «Диалоги о животных», ведущий программы Иван Затевахин. Передача выходила в форме тележурнала с рубриками, посвященным как диким, так и домашним животным. В студию со своими питомцами приходили любители домашних животных, ученые-биологи, а также дрессировщики, демонстрировавшие всевозможные трюки своих питомцев. На экране показывались также мини-сериалы собственного производства, посвященные труду ветеринарных врачей и будням Московского Зоопарка, а также специальный проект, документальный фильм о Командорских островах, «Острова в океане», снятый при содействии и по заказу Русского географического общества. С января 2017 года Иван Затевахин заменил «Диалоги» новым студийным проектом «Живые истории», который включает в себя обзор видеороликов из сети Интернет с участием различных животных, а также общение с их хозяевами в студии.

К первым нестудийным трэвел-программам анималистической тематики можно отнести цикл «Путешествия натуралиста» (1999–2009), где ведущий Павел Любимцев наблюдает за животными в заповедниках, океанариумах, зоопарках. Похож по формату современный авторский проект «Хабургаев в природе» (Живая Планета, 2015–2016), в котором ведущий натуралист Александр Хабургаев путешествует по российским заповедникам, национальным паркам, заказникам и рассказывает об их обитателях.

В программе «**Дикий мир с Тимофеем Баженовым**» (2003-2010) телезритель наблюдал вместе со съемочной группой за жизнью диких зверей и птиц в естественных природных условиях, в каждом фильме ведущий рассказывает и о фауне регионов России. Съемки программы часто проходили в экстремальных условиях, а опасности подвергались, как операторы, так и сам ведущий программы. *«Мы решили провести опыт с гадюкой. Мне в предплечье вживили микрокамеру. Над объективом змея должна была нанести свой укус. Операция прошла с переменным успехом, однако мы получили желаемое – укушенного ведущего (то есть меня) и внятное интервью с описанием сложившейся ситуации»* – рассказывал Тимофей Баженов в одном из интервью о съемках программы<sup>80</sup>.

Программа «**Рейтинг Баженова**» (Моя Планета, 2010) состоит из семи тематических циклов. Циклы «Самые опасные животные» (2010), «Закон природы» (2011), «Война миров» (2014) посвящены диким животным. Ведущий совершает экстремальные путешествия, продолжая знакомить телезрителя с миром дикой природы. Так, цикл «Война миров» состоит из 35 выпусков, где ведущий рассказывает зрителям о столкновениях диких животных из разных местностей и механизмах работы принципов эволюции в различных странах и климатических поясах. К примеру, в выпуске из Астраханского края Тимофей Баженов наблюдает в лесу за противостоянием песцов и лис-огневок. В выпуске «Медвежья услуга» ведущий отправляется к реке Енисей, чтобы рассказать и показать бурого медведя. Тематика этих цикловых программ с участием Тимофея Баженова граничит с экстремальной тематикой.

Целью некоторых анималистических программ является изучение повадок, особенностей поведения различных видов животных, как диких, так и домашних. Так, программа «**Планета собак**» (Моя Планета, 2015)

---

<sup>80</sup> Мигулина К. Тимофей Баженов: «Если зоолога все время кусают, он плохой зоолог» // [электронный ресурс], URL: [http://www.trud.ru/article/15-05-2008/129024\\_timofej\\_bazhenov\\_esli\\_zoologa\\_vse\\_vremja\\_kusajut\\_o.html](http://www.trud.ru/article/15-05-2008/129024_timofej_bazhenov_esli_zoologa_vse_vremja_kusajut_o.html). Дата обращения: 10.05.2017.

рассказывает о специфике взаимоотношений собак и людей в разных странах. Ведущий и автор программы Григорий Манев путешествует по миру и ищет интересную информацию о четвероногих друзьях человека. Зритель может узнать ответы на вопросы, как получилось, что в XIV веке в Париже собака вызвала на дуэль человека, зачем раз в году непальцы украшают всех собак гирляндами цветов, почему на одном из островов в Тихом океане люди едят только ту рыбу, которую поймали для них собаки<sup>81</sup>. Выпуски программ посвящены разным породам собак, описанию их характера, особенностей: русский той, камчатская ездовая, гампр, боснийский торняк, акбаш, тайский банкев и прочие. Героями программы «Планета собак» становятся и хозяева домашних животных, и кинологи, и разводчики редких пород.

Идея программы «**Про животных и людей**» (Моя Планета, 2014–2015) состоит в том, что ведущий Константин Бышевой ездит по миру с целью изучить, как люди на протяжении веков взаимодействовали как с дикими, так и с одомашненными животными. Ведущий пробует себя в роли дрессировщика крокодилов на малайском острове Лангквари, ковбоя в Техасе, пастуха диких яков в Республике Тыва, погонщика слонов в Таиланде и делится своими впечатлениями.

Проанализировав программы анималистической тематики, мы можем говорить о разнообразии их содержания: описание животного мира, существование диких животных в естественной и искусственной средах обитания, программы о домашних животных, а также описание профессий человека, связанных с животноводством.

### **2.3 Оригинальные подходы к тематике в трэвел-программах**

Ранее мы определили основные традиционные и трендовые тематические направления современной трэвел-журналистики, но в ходе анализа программ о путешествиях мы нашли такие передачи, формат,

---

<sup>81</sup> Официальный сайт телеканала «Моя Планета» // [электронный ресурс], URL: [https://www.moya-planeta.ru/projects/view/planeta\\_sobak\\_1132/](https://www.moya-planeta.ru/projects/view/planeta_sobak_1132/). Дата обращения: 10.05.2017.

тематика или форма подачи информации в которых разительно отличается от большинства телеконтента.

Х. Ортега-и-Гассет писал, что современное массовое искусство насыщено комизмом, *«А стремление к игре, к фикции, как таковой может, очевидно, возникнуть только в веселом расположении духа. К искусству стремятся именно потому, что оно рассматривается как фарс»*<sup>82</sup>.

Именно **тема фарса и фейка** легла в основу программы **«Верю – не верю»** («Пятница!», 2015 –2016). Ведущий программы Андрей Бедняков в каждом выпуске посещает новую страну и рассказывает о ней пять удивительных фактов. При этом зрителю заранее сообщается, что один из фактов окажется ложным, но какой – это уже указывается только в конце программы. Проанализировав выбор стран, в которых побывала съемочная группа, мы пришли к выводу, что под формат программы больше подходят (от этого и чаще выбираются) экзотические страны, о которых обычному телезрителю мало что известно: Малайзия, Гонконг, Филиппины, Намибия, Мозамбик, Зимбабве, Оман.

Можно сказать, что продюсеры и сценаристы программы стараются подобрать наиболее интересные и необычные факты, в которые сложно поверить, но которые почти все – правда. Так, в выпуске из Мексики на выбор предоставляются следующие суждения о необычном: «мексиканцы делают алмазы из текилы, а соль из червяков», «ацтеки хоронили своих вождей в шоколаде», «в Мексике родственников неплательщиков налогов помещают в музей», «на Мексику по закону запрещено нападать из космоса», «на мексиканских праздниках быка с пиротехникой направляют в толпу». В конце программы оказывается, что лживый факт про похороны в шоколаде, что очень удивило зрителя.

В ходе просмотра данной программы мы выделили основные уловки, на которые идут сценаристы, чтобы выдать ложный факт за реальный. Во-

---

<sup>82</sup> Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства // Самосознание европейской культуры XX ве-ка. М.: Политиздат, 1991. С. 257.



первых, в фейковых сюжетах программы всегда участвуют фейковые персонажи. Так, в выпуске о Южной Корее нас пытались убедить, что мясо собак вызывает зависимость. Ведущий едет брать интервью у американского эксперта, который является хозяином якобы «реабилитационного центра собакоедства». Он утверждает, что собакоедство *«это не просто психологическая, это физиологическая зависимость»*, апеллируя при этом всевозможными научными терминами. Но в конце программы, когда зритель уже знает, что факт про зависимость – ложь, Андрей Бедняков в закадровом тексте следующим образом разоблачает подставного эксперта: *«Эксперт, который с умным видом рассказывал, что он американец и сыпал научными фактами, что в мясе собак находятся химические элементы, влияющие на дофаминовые структуры в головном мозги, никто иной, как наш режиссер Пашка! Да он еще неделю назад такого слова «дофаминовые» не знал. Мы в Википедии вычитали, чтобы придать сюжету научную обоснованность, а вы повелись!»*.

Особое место в создании фейкового сюжета занимают съемки геолокации. В программе «Верю – не верю» чаще всего какое-то определенное местоположение представляется и описывается не тем, чем оно является на самом деле или же не с изначальным назначением. С этим мы сталкиваемся в выпуске из Южной Кореи, о котором мы уже упоминали ранее. В сюжете кафе с собачками, куда может прийти каждый, кому не хватает общения с этими животными, было намеренно выдано за центр по реабилитации собакоедов, которого в помине не существует. Немного другую уловку мы видим в сюжете из Азербайджана. Ведущий действительно приезжает на одну из нефтяных вышек, но здесь обман состоит в том, что вышка – государственная, а не принадлежит «продавцу», который ее готов продать Андрею Беднякову. В этом случае местоположение соответствует реальному, но смысл послания меняется.

Стоит также отметить и такой метод убеждения зрителя в достоверности фейкового сюжета, как ссылка на цифры: ведущий ловко

апеллирует всевозможной статистикой, некими датами и прочей информацией, выдаваемой за факт. Мы выявили у программы «Верю – не верю» основные приемы создания фейковой информации: это несоответствие отснятого материала с закадровым текстом, ложный перевод слов героев сюжета, подставные герои, использование средств фото и видеомонтажа, намеренное доказательство фейковых фактов с помощью научной лексики и терминологии, ссылка на выдуманные цифры, даты, адреса. При этом в фейковом сюжете может содержаться и достоверная информация, об элементах достоверности которой телезрителю сообщат в конце программы.

Такие приемы, основанные на фейках и фальсификации Е. П. Почкай соотносит с понятием «мокьюментари»: *«этот вид телевизионного творчества, с одной стороны, ставит своей целью вскрыть наивную веру зрителя в правдивость того, что показывают на большом или малом экранах, с другой стороны, используя коммуникативные возможности “истинного” нарратива, заставляет зрителя поверить в очередное “научное открытие”»*<sup>83</sup>.

Если в программе «Верю – не верю» зрителю заранее сообщают о том, что не вся информация будет правдивой, то авторы программы **«Таинственная Россия»** (НТВ, 2011–2013) выдают информацию, построенную на домыслах, как достоверную. Так как авторы программы не позиционируют свою программу как фейковую, мы выделим для нее отдельную тематику: **мистические путешествия**. *«“Таинственная Россия” – это уникальные географические зоны и творения рук человека, природные аномалии и памятники исчезнувших цивилизаций, удивительные люди, хранящие необычайные знания»* – описывают программу на сайте телеканала НТВ<sup>84</sup>.

<sup>83</sup> Почкай Е. П. Виды «ложного» нарратива в научно-популярной документалистике // Век информации СПбГУ. 2016. №2. С. 142.

<sup>84</sup> Официальный сайт телеканала «НТВ» // [электронный ресурс], URL: [http://www.ntv.ru/peredacha/Tainstvennaya\\_Rossiya/about/13921/](http://www.ntv.ru/peredacha/Tainstvennaya_Rossiya/about/13921/). Дата обращения: 10.05.2017.

Документальный цикл представляет собой сюжеты из якобы самых неизученных, таинственных и загадочных мест России, а авторы программы обещают не только исследовать тайны и мифы различных мест нашей страны, но и опровергать те легенды, которые не имеют обоснования. Уже из названия выпусков программы можно понять, о чем будет идти речь: «Пензенская область. Джинн-убийца?», «Тамбовская область. Оборотни рядом с нами?», «Карелия. Ворота в параллельный мир?» и т.д. Мы придерживаемся мнения исследователя В. Ф. Познина, который относит «Таинственную Россию» к жанру докуфикшена: *«За основу берутся мифы, слухи, домыслы, которые подаются в передаче как нечто такое, что якобы реально существует или существовало»*<sup>85</sup>. Выбрав мистическое направление, в котором невозможно ни получить, ни предъявить зрителю верифицированную информацию, журналисты могут в своих повествованиях свободно высказывать нереальные предположения, выдвигать сомнительные гипотезы. Уже самим названием цикла «Таинственная Россия» *«авторы считают себя первооткрывателями, поэтому считают вправе использовать любой набор видеодоказательств, даже самый скромный, делать выводы версионного характера»*<sup>86</sup>.

Проанализировав современные уникальные проекты о путешествиях, мы выделили в них одно направление: показ альтернативных маршрутов для путешествий и демонстрация тех аспектов туризма, о которых редко говорится в типичных туристических маршрутах. В отдельную тематическую группу **альтернативных маршрутов** мы объединили такие программы российского телевидения, как «Большой чемодан» и «Блокбастеры».

Основная тематика программы «**Большой чемодан**» («Пятница!», 2015–2016) - **акустическое путешествие**. В этой передаче ведущий Руслан Фаршатов не просто путешествует по городам, а собирает все звуки города.

---

<sup>85</sup> Познин В. Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика. Учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2016. С. 184.

<sup>86</sup> Почкай Е. П. Виды «ложного» нарратива в научно-популярной документалистике // Век информации СПбГУ. 2016. №2. С. 142.

Задача команды «Большого чемодана», оказавшись в одной стране за один день найти все ее интересные звуки, записать и поместить на специальную акустическую карту мира. *«С помощью волшебного прибора Руслан Фаршатов привозит с собой шепот, дождь, смех, крики и, конечно же, музыку с разных уголков планеты. Города могут быть похожими друг на друга, но у каждого есть свое, присущее только ему, звучание»* – так описывают программу на сайте телеканала «Пятница!»<sup>87</sup>. На острове Хайвань в Китае ведущий записывает художественный свист народа Ли, расспрашивает местного жителя о традициях свиста и сам учится свистеть на листьях. В Барселоне Руслан Фаршатов ходит по традиционным туристическим местам – Саграда Фамилия, дома Гауди, а также заимствует у местного русского жителя звучную фразу «Тихо-тихо, я в Европе», в Чехии наслаждается игрой на пианино на пражском вокзале. Пила «Болгарка» становится героем одного из сюжетов выпуска из Болгарии. В этом выпуске ведущий отмечает одновременную похожесть и непохожесть русского и болгарского языков. В запись звуков попадает Успенский собор в Варне, а ведущий разучивает вместе с прохожей девушкой национальную песню. В формат шоу также входит необходимое условие пребывания ведущего в том или ином городе – он должен разучить местную национальную песню и с ее помощью заработать денег на ужин. На сегодняшний день программа продолжает выходить на собственном канале в YouTube.

Не менее уникальным проектом в тематическом отношении является цикл передач **«Блокбастеры»** («Пятница!», 2014), которая построена в формате игры-симуляции. Тема программы – **путешествия по киномаршрутам**. Необычный формат данного трэвел-шоу предполагает то, что ведущие Андрей Бедняков и Настя Короткая путешествуют по маршрутам самых ярких сюжетов мирового фонда кино в образах героев кино. Эпизоды программы показывают интересные и самые известные места,

---

<sup>87</sup> Официальный сайт телеканала «Пятница!» // [электронный ресурс], URL: <https://bolshoy-chemodan.friday.ru/>. Дата обращения: 10.05.2017.

показанные в фильмах, что и как там происходило, и как это повторить. «Блокбастеры» на сайте телеканала называются *«уникальным шоу ролевых путешествий»*. *«Каждые ваши каникулы могут стать увлекательной игрой!»* – говорится в описании программы<sup>88</sup>.

Ведущие путешествуют по маршрутам киносъемок, обсуждают кадры из известных фильмов, выясняют интересные подробности съемок. Так, в первом выпуске ведущие оказались в отеле в Лос-Анджелесе, где снимали культовый фильм «Красотка» и делятся со зрителями впечатлениями о данном месте. Настя Короткая говорит: *«Похоже, конечно, но мне казалось, то в кино это было более помпезно. Какие-то красные ковры. Более шикарно»*, на что Андрей Бедняков отвечает ей: *«На самом деле, дорогие друзья, мы хотим вам маленький секрет открыть. Не снимали они в этом отеле по-настоящему, они снимали только фасад здания. А вот все, что происходило, якобы, внутри, они снимали в павильоне»*. Каждую программу сопровождают интересные факты о съемочном процессе тех фильмов, о которых идет речь. К примеру, в выпуске «Джеймс Бонд. Лондон» Андрей Бедняков комментирует кадры одного из фильма об агенте 007: *«Существует легенда, что этот эпизод снимался вовсе не в Северной столице России, а то ли во Франции, то ли в Германии. Но это не так. Танк действительно ездит по Питеру, но некоторые из декораций были построены специально, культурное наследие при этом не пострадало»*.

В каждом выпуске ведущие переодеваются в костюмы главных героев (смокинг Джеймса Бонда, знаменитое платье Керри Бредшоу, пальто Шерлока Холмса, перевоплощение в героев сериала «Ликвидации» в выпуске из Одессы), используют специальный реквизит, и переигрывают знаменитые сцены на шуточный лад. В «Блокбастерах» ведущие выступают больше в качестве актеров. Они играют заранее заготовленные и прописанные сценарием сценки и реплики, а эффект неожиданности уходит на второй

---

<sup>88</sup> Официальный сайт телеканала «Пятница!» // [электронный ресурс], URL: <http://blockbusters.friday.ru/>. Дата обращения: 10.05.2017.

план. Сама по себе эта идея – рассказывать о городах, опираясь на информацию о фильмах, – довольно интересная и продуктивная. Но, вероятно, создатели передачи не сумели сделать это шоу достаточно красочным, и спустя восемь выпусков передача закрылась из-за низкого рейтинга.

Любое тематическое направление, рассмотренное в этой главе, можно проиллюстрировать дополнительно многими передачами (кроме оригинальных), выделив в них общие, характерные для той или иной темы, черты и своеобразные подходы. В самих темах можно выделять и другие подтемы, кроме тех, о которых мы уже говорили, причем в довольно большом количестве. Но объем дипломной работы этого не позволяет, и мы вынуждены ограничиться наиболее общими тематическими направлениями трэвел-журналистики, которые мы выделили в трех параграфах этой главы: этнографическим как традиционным, имеющим глубокие исторические корни; потребительским, кулинарным, анималистическим и экстремальным направлениями как наиболее востребованными сегодня, трендовыми; оригинальными маршрутами экранных путешествий. Тематическое разнообразие трэвел-журналистики свидетельствует о том, что идет динамичный процесс развития этой отрасли СМИ, в редакционных коллективах разрабатываются новые проекты, используются новые подходы к освещению темы путешествий.

## Заключение

Рассмотрев телевизионную продукцию с точки зрения жанров, форм и форматов, мы отметили вариативность и гибридность каждой единицы контента как внутри отдельной передачи, так и в общем контенте экранной трэвел-продукции. Если раньше отечественная телевизионная трэвел-журналистика существовала в виде студийной передачи журнальной формы («Клуб путешественников»), то на сегодняшний день наибольшей популярностью пользуются цикловые передачи («Человек мира») и многосерийные документальные фильмы (фильмы-путешествия Познера и Урганта).

Традиционные для трэвел-журналистики жанры репортажа и путевого очерка совершенствуются с точки зрения усиления авторского начала, появляются программы в жанре видеоблогов («Следуй за мной»), а многими исследователями трэвел-журналистика в общем своем виде рассматривается как разновидность шоу. Форматы трэвел-журналистики активно развиваются, разветвляются на виды и подвиды («Неизданное» в трэвел-шоу «Орел и решка»), включая в себя разнообразные игровые и зрелищные элементы: формат шоу-квеста («Маршрут построен»), викторина в программе «Проводник», соревновательные аспекты в рамках формата программы «Еда, я люблю тебя!» и т.д. Усиление роли интерактивности, как следствия технического прогресса, повлияло на тематику и структурно-содержательные элементы форматов трэвел-журналистики: различные способы взаимодействия с аудиторией не только вносят разнообразие в форматы трэвел-шоу, они еще способствуют привлечению аудитории.

Мы пришли к выводу, что современная экранная трэвел-продукция в тематическом плане настолько разнообразна, что практически каждая передача может претендовать на свою собственную тематическую оригинальность и уникальность, а любое тематическое направление, рассмотренное в нашей дипломной работе, можно дополнительно проиллюстрировать и другими передачами, выделив в них общие,

характерные для той или иной темы, черты и своеобразные подходы. В первый раздел этой классификации мы включили традиционную для трэвел-журналистики и очень широкую тему – этнографическую. Этнографическую тематику мы разделили на несколько направлений: путешествия по России («Россия. Гений места», «Остров Крым»), путешествия по миру («Мир наизнанку», «Далеко и еще дальше») и программы, делающие конкретный упор на изучение традиций и менталитета разных народов («Редкие люди», «Танцующая планета»). Во второй раздел мы включили передачи с темами-трендами, которые наиболее популярны сегодня: потребительская («Орел и решка», «Мировой рынок»), кулинарная («Поедем, поедим!», «Планета вкусов»), анималистическая («Планета собак», «Про животных и людей») и экстремальная тематики («Рейтинг Баженова», «Опасные гастроли»). В третьем разделе мы рассмотрели некоторые наиболее оригинальные, на наш взгляд, трэвел-проекты. Это программа «Верю – не верю», в которой используется фейк в качестве креативного элемента, мистическая программа «Таинственная Россия», а также трэвел-шоу с выделенной нами тематикой альтернативных маршрутов: шоу акустических путешествий «Большой чемодан» и трэвел-шоу по киномаршрутам «Блокбастеры».

Таким образом, в современной трэвел-журналистике заложен большой потенциал совершенствования жанровой системы и развития тематических направлений, что позволяет рассматривать эту область журналистики как перспективный тематический тренд.



## Список использованных источников и литературы

### Книги, монографии, сборники

#### На русском языке

1. Бабикин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. 229 с.
2. Буянов М. И. Нравы. М.: Российское общество медиков-литераторов, 2010. 276 с.
3. Вакурова Н. В., Московский Л. И. Типология жанров современной экранной продукции, учебное пособие, М.: 1997. 62 с.
4. Зоркая Н. М. История советского кино. СПб.: Алетейя, 2005. 544 с.
5. Ильченко С. Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые жанры и формы вещания. СПб.: Роза мира, 2006. 140 с.
6. Ильченко С. Н. Шоу-цивилизация: конец реальности? СПб.: ИВЭСЭП, 2014. 198 с.
7. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2016. 304 с.
8. Колесниченко А. В. Практическая журналистика. Учебное пособие. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. 192 с.
9. Кракауэр Э. Природа фильма. Реабилитация физической реальности. М.: Искусство, 1974. 424 с.
10. Миронова М. Еда без границ. Правила вкусных путешествий. М.: Альпина Паблишер, 2016. 224 с.
11. Михалкович В. И. О сущности телевидения. М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 1998. 27 с.

12. Муратов С. А. ТВ – эволюция нетерпимости: История и конфликты этических представлений. М.: Логос, 2000. 241 с.
13. Новикова А. А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб.: Алетейя, 2008. 208 с.
14. Познин В. Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика. Учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2016. 362 с.
15. Соколов-Митрич Д. В. Реальный репортер. Почему нас этому не учат на журфаке?! СПб.: Питер, 2014. 256 с.
16. Телевизионная журналистика: учебник. 4-е изд., перераб. и доп./ редкол.: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. М.: Изд-во Моск. ун-та «Высшая школа», 2002. 304 с.
17. Телевизионная журналистика: учебник. 5-е изд., перераб. и доп. / редкол.: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. М.: Изд-во Моск. ун-та: Наука, 2005. 368 с.
18. Тертычный А. А. Жанры периодической печати, Учебное пособие, М.: Аспект Пресс, 2000. 310 с.
19. Тишков В. А. Реквием по этносу: исследования по социально-культурной антропологии. М.: Наука, 2003. 544 с.
20. Трошин А., Дымшиц Н., Ищевская С. История отечественного кино. М.: Прогресс-Традиция, 2005. 672 с.
21. Эфир на фоне эпохи : очерки истории Ленинградского – Петербургского радио и телевидения / С. Ю. Агапитова, И. Н. Апухтин, М. А. Бережная и др.; под общ. ред. С. Н. Ильченко, В. Г. Осинского, Ю. В. Ключева. СПб. : С.-Петербург гос. ун-т, Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2013. 321 с.

#### **На иностранных языках**

22. Calder-Marchall A. The Innocent eye. The Life of Robert Flaherty, 1970. 362 p.

### Научные статьи

23. Александров Е. В. Предыстория визуальной антропологии: первая половина XX в. // Этнографическое обозрение, 2014. №4.
24. Блохин И. Н. Характеристика аудитории СМИ сферы досуга // Медиа. Демократия. Рынок. Материалы международной научно-практической конференции: в 2 ч. / под ред. Л. Р. Дускаевой. СПб.: Астерион, 2010. Ч. 2. Функционирование средств массовой информации в сфере досуга.
25. Блохин И. Н. Этнологическая культура журналиста // Вестник С.-Петербур. ун-та. Сер. 9, 2008, вып. 2, ч. 2.
26. Бобров А. А. Журналистика путешествий: реальность и тенденции // Научные труды московского гуманитарного университета №3, 2016 г.
27. Гегелова Н. С. Трэвел-журналистика на российском телевидении // Вестник Российского университета дружбы народов, 2016. №2.
28. Ильченко С. Н. Историко-культурные предпосылки трансформации системы жанров отечественного телевидения // Говорит и показывает кафедра телерадиожурналистики : сб. статей. Вып. 4 / под ред. С. Н. Ильченко. СПб.: Ин-т «Высш шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014.
29. Кемарская И. Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. №16.
30. Корнилова Е. Е., Иванова Е. А. Развлекательные программы в эфире отечественного телевидения // Медиа. Демократия. Рынок. Материалы международной научно-практической конференции: в 2 ч. / под ред. Л. Р. Дускаевой. СПб.: Астерион, 2010. Ч. 2. Функционирование средств массовой информации в сфере досуга.
31. Малькевич А. А. Влияние основных медийных и интернет-трендов на перспективы развития традиционного телевидения // Медиа в современном мире, петербургские чтения, материалы 56-го международного научного форума 13-14 апреля 2017 г. Век информации, 2017. Т.2.

32. Меклина М. История телевидения // Новая русская книга, №3-4, СПб, 2001.
33. Шпак Г. В. Травелог: поиск универсальной дефиниции. Четыре стратегии репрезентации пространства // Преподаватель XXI век, 2016. №3.
34. Муха А. В., Федосеева Н. И. Содержательная и жанровая специфика трэвел-журналистики в зависимости от видов СМИ // Огарев-online, 2015. №19.
35. Новикова А. А. Игры современного телевидения как социокультурный феномен // Обсерватория культуры М.: Российская гос. библиотека, 2008. № 1
36. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства // Самосознание европейской культуры XX ве-ка. М.: Политиздат, 1991.
37. Познин В.Ф. Просветительское телевидение // Журналистика сферы досуга: учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012.
38. Показаньева И. В. Генезис отечественного научно-популярного телевидения географической тематики: возникновение телевизионной трэвел-журналистики // Вестник ВГУ, 2014. №4.
39. Показаньева И. В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиaprостранства // Медиаскоп, №3, 2013.
40. Показаньева И. В. Теоретическое осмысление основ трэвел-блогинга. Функциональные отличия трэвел-блогера и трэвел-журналиста// Universum: филология и искусствоведение, 2015. №3.
41. Почкай Е. П. Варианты реальности в путешествиях на телеэкране // Познание стран мира: история, культура, достижения / Сборник материалов 1У Международной научно-практической конференции. Новосибирск: ЦНРС, 2014.
42. Почкай Е. П. Виды «ложного» нарратива в научно-популярной документалистике // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения : матер. 55-го междунар. форума (21–22

- апреля 2016 г.) / отв. ред. С. Г. Корконосенко. 2016. № 2. СПб.: Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2016.
43. Почкай Е. П. Потребительская тележурналистика // Журналистика сферы досуга: учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012.
44. Почкай Е. П. Телевидение в адреналиновой упаковке или экстремальное на телеэкране. // Журналистика сферы досуга: учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012.
45. Редькина Т. Ю. Средства реализации развлекательной функции в трэвел-тексте // Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2011. №4.
46. Самстыко А. Н. Трансформация российского телевидения в постсоветскую эпоху // Вестник Балт. фед. ун-та им. И. Канта, 2009. №8.
47. Фирсова Д. Флаэрти и его фильмы // Роберт Флаэрти. Статьи. Свидетельства. Интервью. М.: Искусство, 1980.
48. Хлызова А. А. Обновление системы телевизионных жанров в современных медиаусловиях // Журналистский ежегодник, 2015. №4.
49. Цвик В. Л. Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы // Вестник Московского университета. Серия 10 "Журналистика", 2010. №6.
50. Шестеркина Л. П. Современные подходы к формированию структуры жанров телерадиожурналистики // Вестник электронных и печатных СМИ №14.
51. Шилина М. Г. Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций. // Медиаскоп, 2009. №3.

#### **Авторефераты, диссертации**

52. Ильченко С. Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения // дис. д-ра филол. наук/ С. Н. Ильченко, М., 2012. 363 с.

**Интернет-источники**

53. Баландинский Н. Географические проекты российского ТВ:кто есть кто и что есть что? // [электронный ресурс], URL: <http://www.geografia.ru/npprogr.html>. Дата обращения: 10.05.2017.
54. Дмитрий Комаров: Путешествие Туда и Обратно // [электронный ресурс], URL: <https://mediananny.com/reportazhi/22464>. Дата обращения: 10.05.2017.
55. Захаров П. П. Кто Вы, Владимир Адольфович Шнейдеров?! // [электронный ресурс], URL: [http://www.mountain.ru/article/article\\_display1.php?article\\_id=6732](http://www.mountain.ru/article/article_display1.php?article_id=6732). Дата обращения: 10.05.2017.
56. Карев И. Глазами Сенкевича // [электронный ресурс], URL: [https://www.gazeta.ru/culture/2017/04/08/a\\_10617113.shtml#page3](https://www.gazeta.ru/culture/2017/04/08/a_10617113.shtml#page3). Дата обращения: 10.05.2017.
57. Ланьков А. Зарождение корейского кино // [электронный ресурс], URL: <http://lankov.oriental.ru/310.shtml>. Дата обращения: 10.05.2017.
58. Мигулина К. Тимофей Баженов: «Если зоолога все время кусают, он плохой зоолог» // [электронный ресурс], URL: [http://www.trud.ru/article/15-05-2008/129024\\_timofej\\_bazhenov\\_esli\\_zoologa\\_vse\\_vremja\\_kusajut\\_o.html](http://www.trud.ru/article/15-05-2008/129024_timofej_bazhenov_esli_zoologa_vse_vremja_kusajut_o.html). Дата обращения: 10.05.2017.
59. Славуцкий А. Дмитрий Крылов: Я несу много отсебятины // [электронный ресурс], URL: [http://www.trud.ru/article/04-04-2002/38819\\_dmitrij\\_krylov\\_ja\\_nesu\\_mnogo\\_otsebjatiny.html](http://www.trud.ru/article/04-04-2002/38819_dmitrij_krylov_ja_nesu_mnogo_otsebjatiny.html). Дата обращения: 10.05.2017.
60. Официальный сайт агентства «Путевые советы» // [электронный ресурс], URL: <http://putevie.ru/>. Дата обращения: 10.05.2017.
61. Официальный сайт телеканала «Моя Планета» // [электронный ресурс], URL: <https://www.moya-planeta.ru/>.

62. Официальный сайт телеканала «НТВ» // [электронный ресурс], URL: <http://www.ntv.ru/>.
63. Официальный сайт телеканала «Пятница!» // [электронный ресурс], URL: <https://friday.ru/>.
64. Официальный сайт фонда «Академии Российского телевидения» // [электронный ресурс], URL: <http://www.tefi.ru/proekty/tefi/t1996>. Дата обращения: 10.05.2017.
65. Поворазнюк С. «Если рейтинг ниже плитуса, незачем бить себя пяткой в грудь» // [электронный ресурс], URL: <http://izvestia.ru/news/571717>. Дата обращения: 10.05.2017.
66. Поворазнюк С. «Юмористические проекты блистательных результатов не дали» // [электронный ресурс], URL: <http://izvestia.ru/news/565465>. Дата обращения: 10.05.2017.
67. Рейтинги телеканалов // [электронный ресурс], URL: [http://www.brandmedia.ru/serv\\_\\_idP\\_51\\_idP1\\_68\\_idP2\\_2425.html](http://www.brandmedia.ru/serv__idP_51_idP1_68_idP2_2425.html). Дата обращения: 10.05.2017.
68. Телеведущий Михаил Кожухов // [электронный ресурс], URL: [http://newizv.ru/news/culture/22-03-2013/179751-televedushij-mihail-kozuhov.html?format=html&slug\\_for\\_redirect=culture%2F2013-03-22%2F179751-televedushij-mihail-kozuhov](http://newizv.ru/news/culture/22-03-2013/179751-televedushij-mihail-kozuhov.html?format=html&slug_for_redirect=culture%2F2013-03-22%2F179751-televedushij-mihail-kozuhov). Дата обращения: 10.05.2017.
69. Царева О. Михаил Кожухов: «Россия красивая, но не очень телегеничная» // [электронный ресурс], URL: <http://www.aif.ru/tvgid/article/57912>. Дата обращения: 10.05.2017.